

ABSTRAKSI

Dinas Pariwisata Yogyakarta merupakan instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang pariwisata khususnya daerah Yogyakarta. Yogyakarta sebagai kota yang kaya akan budaya khas Jawa dan obyek wisata yang menarik untuk di kunjungi bagi para wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi menghambat serta mendukung dalam proses pemasaran. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif, menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk mengembangkan konsep-konsep, menghimpun fakta tetapi penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis (anggapan sementara) berdasarkan teori-teori tertentu. Pada penelitian ini data diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif, dan disajikan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Dinas Pariwisata Provinsi Yogyakarta dalam memasarkan obyek pariwisatanya dengan tujuan menjadi obyek wisata terbaik di dalam maupun luar negeri. Dinas Pariwisata Yogyakarta melakukan Strategi komunikasi pemasaran secara efektif dan efisien agar pariwisata berjalan lancar. Komunikasi pemasaran terpadu disesuaikan dengan kemampuan pemerintah Dinas Pariwisata Yogyakarta dalam memasarkan obyek wisata. Strategi komunikasi pemasaran terpadu menggunakan bauran komunikasi pemasaran yaitu *advertising, sales promotion, direct selling, personal selling dan public relations*. Promosi menjadi salah satu bentuk komunikasi pemasaran andalan Dinas Pariwisata Yogyakarta. Promosi merupakan arahan langsung dimana terjadinya peralihan nilai terhadap produk pada kekuatan penjualan. Promosi berorientasi-konsumen mengajak konsumen untuk mencoba produk yang belum pernah dicoba sehingga membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan menjadi wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta ditambah pelayanan yang baik. Dinas Pariwisata Yogyakarta juga menggunakan bentuk komunikasi pemasaran terpadu yang semuanya mempunyai kekuatan masing-masing seperti iklan di media massa secara luas, penjualan tatap muka yang selalu melayani pelanggan untuk mengenal lebih jauh obyek wisata Yogyakarta. Dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan Dinas Pariwisata Yogyakarta berjalan efektif dan mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta.