

Evaluasi program kampanye pariwisata "Jogja never ending asia" oleh Dinas pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

Siregar, Meirisa Anggia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20338945&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai program kampanye pariwisata "Jogja Never Ending Asia". Dimulai dari perencanaannya berupa riset terhadap wisatawan, pelaku industri pariwisata, kompetitor maupun terhadap instansi dinas pariwisata itu sendiri.

Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa Yogyakarta masih belum memiliki citra yang baik di mata wisatawan sebagai daerah tujuan wisata. Untuk itu Dinas Pariwisata Yogyakarta membuat suatu riset untuk merumuskan pasar wisata agar program kampanye nantinya dapat tepat sasaran dan mendapatkan hasil yang ditargetkan. Setelah menjalankan riset, maka program kampanye pariwisata "Jogja Never Ending Asia" pun dijalankan. Dimulai dengan gencarnya promosi melalui media massa, perbaikan sarana dan prasarana untuk umum di tempat tujuan wisata, kemudian mengadakan event-event pertunjukan seni dan budaya yang menarik untuk ditonton oleh wisatawan. Kekayaan Yogyakarta akan seni budaya dan wisata alamnya yang menarik menjadi modal tersendiri bagi Yogyakarta untuk memajukan sektor pariwisata mereka yang merupakan sektor andalan. Kesemuanya itu jika dipadukan dengan strategi kampanye yang benar akan dapat mencapai semua target yang hendak dicapai oleh Dinas Pariwisata Yogyakarta..... This research tells about the evaluation of "Jogja Never Ending Asia" Tourism Campaign Programme by DI Yogyakarta Tourism Department. Started from the planning phase which auditing the tourist, the stakeholders which having the tourism business, competitors and also the communication programme by the Tourism Department itself.

From the result of the research, we can know that Yogyakarta still not having a good images as a traveling destination in tourist's view. For that reasons, Tourism Departement of Yogyakarta made a research to formulating tourism market so that the campaign programme could reach the aim and get the result which had targeted. After the research, so then the campaign programme applied. Started with promotion by the mass media, reparations of the general infrastructure for the tourists, then arrange and organize of cultural events to attract tourists. Yogyakarta's cultural and natural wealth which is attractive to have become an capital for Yogyakarta to progressing tourism sector that their trade on.