

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi promosi di objek wisata rawa pening yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Semarang, serta mengetahui faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat strategi promosi yang di lakukan oleh Dinas Pemuda ,Olahraga , dan Pariwisata dalam memperkenalkan objek-objek wisata di Kabupaten Semarang terutama di Rawa Pening. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deksriptif dan analisa SWOT selain itu juga menggunakan bauran pemasaran 7P. Hasil yang di dapat dari penelitian ini adalah bahwa Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata sudah melakukan aktivitas dan cara untuk mendukung promosi kepada wisatawan melalui media cetak (koran jatengpost), media sosial(facebook, instagram, web), brosur, leaflet, booklet, cd tentang objek wisata, event-event pariwisata, iklan melalui media eletronik (Kompas TV, Pro Tv, i New Tv). Dengan demikian, temuan mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi canggih berbasis pemasaran dan media promosi akan mempromosikan Rawa Pening yang mencakup pasar yang lebih luas dan destinasi wisata ini lebih dikenal oleh wisatawan.

Kata Kunci: analisa strategi promosi, bauran pemasaran, rawa pening

This study aims to analyze the promotion strategy of Rawa Pening conducted by the Department of Youth, Sports, and Tourism Semarang regency, and to know the factor that support or inhibit promotion strategy will be undertaken by the Department of Youth, Sports and Tourism to introduce the tourism destinations in Semarang Regency especially Rawa Pening. The method used is qualitative descriptive and SWOT analysis. It also uses 7Ps mix marketing. The results obtained from this study is that the Department of Youth, Sports and Tourism has done activity and ways to support the sale to tourists through the printed media such as (koran jatengpost), social media (facebook, instagram, web), brochures, leaflets, booklets, CD of tourism destination in Semarang Regency, tourism event, advertising via electronic media (Kompas TV, Pro TV, i New Tv). Thus, the findings reveal that the use of advanced technology based marketing and promotion media will promote Rawa Pening which include a wider market and that tourism destination more know by the tourist .

Keywords: analysis of strategy promotion, marketing mix, rawa pening