

**Strategi Promosi *Direct Marketing* Melalui *Event Roadshow* Dalam
Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Saloka Theme Park**

Artikel Ilmiah

Diajukan Kepada

Program Studi Destinasi Pariwisata

Fakultas Interdisiplin

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Pariwisata



Peneliti

Fransiska Resni (732019042)

Christian Lilik Hendri Setiawan, Nivak, M.Kom.

Program Studi Destinasi Pariwisata

Fakultas Interdisiplin

Universitas Kristen Satya Wacana

Salatiga

Juni 2023

STRATEGI PROMOSI *DIRECT MARKETING* MELALUI *EVENT ROADSHOW* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN DI SALOKA *THEME PARK*

Fransiska Resni¹, Christian Lilik H.S. Nivak²

Destinasi Pariwisata, Fakultas Interdisiplin, Universitas Kristen Satya Wacana
732019042@student.uksw.edu¹, Cristian.nivak@uksw.edu²

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic that hit the world in early 2020 began to have its impact, including the tourism sector around the world. Saloka Theme park began to carry out various promotional strategies to bring back tourists, one of which was to conduct *roadshow events* in several major cities in Central Java. This study aims to determine whether *direct marketing* strategies through *roadshow events* can increase the number of tourist visits. The method used in this study is qualitative descriptive with data collection techniques from interviews and observations in the field. Saloka is unique in the implementation of *roadshow events* such as performing *dances*, then providing discounts on the purchase of entrance tickets and games with merchandise prizes, which attract tourists. The results of this study show that *direct marketing* strategies through *roadshow events* have a positive impact on increasing the number of visits and ticket sales with the support of several mass media and social media such as distributing brochures, radio broadcasts, using social media Instagram, Facebook, Tweeter, YouTube Tik Tok, websites and collaborating with several print media that make it easier for tourists to access information about Saloka.

Keywords: *Promotion strategy; direct marketing; event roadshow*

ABSTRAK

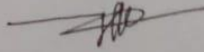
pandemi Covid-19 yang melanda dunia di awal tahun 2020 mulai dirasakan dampaknya termasuk sektor pariwisata yang ada di seluruh dunia. Saloka Theme park mulai melakukan berbagai strategi promosi untuk mendatangkan kembali wisatawan salah satunya adalah melakukan *event roadshow* di beberapa kota besar yang ada di Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah strategi *direct marketing* melalui *event roadshow* dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang dari hasil wawancara dan observasi di lapangan. Saloka memiliki keunikan dalam pelaksanaan *event roadshow* seperti menampilkan *dance*, kemudian memberikan diskon pembelian tiket masuk dan permainan yang berhadiah merchandise, yang menarik minat wisatawan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran langsung (*direct marketing*) melalui *event roadshow* berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan maupun penjualan tiket dengan dukungan beberapa media massa dan media sosial seperti penyebaran brosur, siaran radio, menggunakan media sosial instagram, facebook, tweeter, youtube tik tok, website dan bekerjasama dengan beberapa media cetak yang memudahkan wisatawan dalam mengakses informasi seputar Saloka.

Kata Kunci: *Strategi Promosi; direct marketing; event roadshow*

Lembar Pengesahan

Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi *Direct Marketing* Melalui *Event Roadshow*
Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di
Saloka Theme Park
Nama Mahasiswa : Fransiska Resni
NIM : 732019042
Program Studi : Destinasi Pariwisata
Fakultas : Fakultas Interdisiplin

Menyetujui,

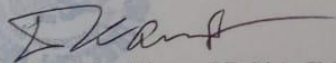



Christian Lilik Henri S. Nivak, M.Kom

Pembimbing

Mengesahkan,




Prof. Daniel Daud Kameo, S.E., M.A., Ph.D.
Dekan


Dr. Lasti Nur Satiani, S.S., M.Pd.
Ketua Program Studi

Dinyatakan Lulus Tanggal: 13 November 2023

Reviewer:

- Dr. Lasti Nur Satiani, S.S., M.Pd.

