

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disbudpora) Kabupaten Sumenep dalam mewujudkan Program Visit Sumenep 2018, serta mengetahui bauran promosi seperti apakah yang digunakan dalam Strategi Promosi Disbudpora Kabupaten Sumenep dalam mewujudkan Program Visit Sumenep 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan 3 orang informan sebagai sumber memperoleh data yang terdiri dari 1 informan kunci dan 2 informan pendukung yang ditentukan dengan menggunakan teknik purposive

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa Disbudpora Kabupaten Sumenep melakukan beberapa hal untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di Sumenep kepada wisatawan lokal ataupun wisatawan Mancanegara, salah satunya yaitu membuat gelaran event yang dinamakan Visit Sumenep 2018. dalam mewujudkan visit Sumenep 2018, tahapan itu melalui promosi langsung yang terdiri dari penjualan perseorangan (bekerjasama dengan beberapa pihak promosi seperti biro travel, dll), Sales Promotion (bekerja sama dengan biro perjalanan dan juga duta wisata Sumenep), dan promosi tidak langsung yang terdiri dari periklanan (seperti peta wisata, brosur, pamflet, booklet website, blog, maupun media sosial lainnya), dan juga hubungan masyarakat (melakukan kerja sama dengan pihak media untuk memberitakan kegiatan visit Sumenep 2018) promosi dari Mulut ke Mulut. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dari bauran promosi yang dilakukan oleh Disbudpora Kabupaten Sumenep

Kata Kunci : **Strategi Promosi, Bauran Promosi, Visit Sumenep 2018**

Abstract

This study aims to understand the Promotion Strategy of Culture Tourism Culture Youth and Sports (Disbudpora) Sumenep Regency in realizing Program Visit Sumenep 2018, and know the promotion mix such as what is used in Disparbudpora Promotion Strategy Sumenep Regency in realizing Program Visit Sumenep 2018 . The study used qualitative descriptive method. In this study, the writer used 3 informants as a source of data obtained consisting of 1 key informant and 2 supporting informants determined by using purposive techniques

The result of this study is that Disparbudpora of Sumenep Regency dosome thing to promote tourism potency in Sumenep to local or foreign tourists one of them is to create event called Visit Sumenep 2018. In realizing visit Sumenep 2018, that stage through direct promotion consisting of individual sales (in cooperation with some promotional parties such as travel agencies, etc.), Salles Promotion (in cooperation with travel agents and also Sumenep tourism ambassadors), and indirect promotions consisting of advertising (such as tourist maps, brochures, pamphlets, website booklets, blogs, and other social media), as well as public relations (working together with the media to preach Sumenep 2018) promotion from Mouth to Mouth. This study uses SWOT analysis to determine the strengths, weaknesses, opportunities, threats of promotion mix conducted by Disparbudpora Sumenep Regency

Keywords: Promotion Strategy, Promotion Mix, Visit Sumenep 2018