

ABSTRACT

Saskiya Nabela Prastiwi, 213106024. 2024. ***Promotional Strategy for The Moonlight Stage Event Sendratari Arjuna Wiwaha Performance in The Tourism Office of Batu City***. English Diploma III Program, Business Administration Department, State Polytechnic of Madiun.

Batu City has a variety of destinations and cultures that captivate visitors. One example is Sendratari Arjuna Wiwaha, a cultural event held regularly every full moon or the 15th of the Javanese calendar. This event has become a cultural tourism icon in Batu City. Promotion is crucial in increasing visitor numbers, necessitating effective strategies like advertising, public relations, sales promotion, and publicity. This final report has two objectives to evaluate the promotional strategies implemented by the Batu City Tourism Office and to determine how Sendratari Arjuna Wiwaha attracts tourists to Batu City. The report employs a qualitative descriptive method, utilizing observation, interviews, and documentation to gather data. The writer conducted observations and documentation at Arjuna Wiwaha Ballet, captured social media activity, and interviewed Batu City Tourism Office staff. Findings reveal that Sendratari Arjuna Wiwaha employs four key promotional strategies advertising through online, print, and electronic media, public relations by conducting arts and sales support activities, sales promotion via social media; and publicity by updating social media. The promotion of Sendratari Arjuna Wiwaha faces challenges such as quality control, human resource development, and destination management.

Keywords: *Promotional strategy, sendratari arjuna wiwaha, Tourism*

ABSTRAK

Saskiya Nabela Prastiwi, 213106024. 2024. ***Strategi Promosi Event Panggung Sinar Bulan Pagelaran Sendratari Arjuna wiwaha di Dinas Pariwisata Kota Batu. Program Diploma III Bahasa Inggris, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun.***

Kota Batu memiliki beragam destinasi dan budaya yang memikat hati para pengunjung. Salah satu contohnya adalah Sendratari Arjuna Wiwaha, sebuah acara budaya yang diadakan secara rutin setiap bulan purnama atau tanggal 15 dalam penanggalan Jawa. Acara ini telah menjadi ikon wisata budaya di Kota Batu. Promosi merupakan hal yang krusial dalam meningkatkan jumlah pengunjung, sehingga diperlukan strategi yang efektif seperti periklanan, hubungan masyarakat, promosi penjualan, dan publisitas. Laporan akhir ini memiliki dua tujuan: untuk mengevaluasi strategi promosi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Batu dan untuk mengetahui bagaimana Sendratari Arjuna Wiwaha menarik wisatawan ke Kota Batu. Laporan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data. Laporan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data. Penulis melakukan observasi dan dokumentasi di Sendratari Arjuna Wiwaha, merekam aktivitas media sosial, dan mewawancarai staf Dinas Pariwisata Kota Batu. Temuan menunjukkan bahwa Sendratari Arjuna Wiwaha menggunakan empat strategi promosi utama: periklanan melalui media online, cetak, dan elektronik, hubungan masyarakat dengan mengadakan kegiatan seni dan kegiatan pendukung penjualan, promosi penjualan melalui media sosial; dan publisitas dengan memperbarui media sosial. Promosi Sendratari Arjuna Wiwaha menghadapi tantangan seperti kontrol kualitas, pengembangan sumber daya manusia, dan manajemen destinasi.

Keywords: *Promotional strategy, sendratari arjuna wiwaha, Tourism.*