

ABSTRACT

Winda Dwi Yuliyanti, 213106052, 2024. *Promotional Strategy of The Surakarta Department of Culture and Tourism to Promote Wayang Orang Sriwedari. The English Diploma Three Program, Business Administration Department, State Polytechnic of Madiun.*

Wayang Orang Sriwedari is one of the traditional Indonesian arts preserved in Surakarta, Central Java, and designated by the government as an intangible cultural heritage of Indonesia. Promotional strategy is an important role that can have a positive impact on the sustainability of tourist attractions. Because of the existence, the number of visitors, and the attractiveness of the Wayang Orang Sriwedari cultural event to survive until now. Therefore, the writer discussed the promotional strategy of the Surakarta Department of Culture and Tourism in promoting Wayang Orang Sriwedari. The writer used a qualitative method approach. The techniques used in data collection are observation, interviews, and documentation. This research was conducted in Surakarta Department of Culture and Tourism with the Head of Marketing and Tourism Destination Division as well as Tourism Marketing Sub Coordinator as informants. The conclusion of this final project report shows that Surakarta Department of Culture and Tourism applies the 4 strategies to promote Wayang Orang Sriwedari. The first strategy is advertising such as using posters, radio, and Instagram media. The second strategy is sales promotion such as using free tickets, discounts, and vouchers. Another strategy is personal selling such as doing promotions at various events, and lastly strategy is public relations such as involving the community as a contributor of ideas and also promotion to the outside community.

Keywords : *Wayang Orang Sriwedari, Cultural Tourism, Promotional Strategy*

ABSTRAK

Winda Dwi Yuliyanti, 213106052, 2024. *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta dalam Mempromosikan Wayang Orang Sriwedari. Program Diploma Tiga Bahasa Inggris, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun.*

Wayang Orang Sriwedari merupakan salah satu kesenian tradisional Indonesia yang dilestarikan di Surakarta, Jawa Tengah, dan ditetapkan oleh pemerintah sebagai warisan budaya tak benda Indonesia. Strategi promosi merupakan peran penting yang dapat memberikan dampak positif bagi keberlangsungan tempat wisata. Karena eksistensi, jumlah pengunjung, dan daya tarik event budaya, Wayang Orang Sriwedari dapat bertahan hingga saat ini. Oleh karena itu, penulis membahas mengenai strategi promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta dalam mempromosikan Wayang Orang Sriwedari. Penulis menggunakan pendekatan metode kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta dengan Kepala Bidang Pemasaran dan Destinasi Pariwisata serta Sub Koordinator Pemasaran Pariwisata sebagai informan. Kesimpulan dari laporan tugas akhir ini adalah untuk menunjukkan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta menerapkan 4 strategi untuk mempromosikan Wayang Orang Sriwedari. Strategi pertama adalah periklanan seperti menggunakan media poster, radio, dan Instagram. Strategi kedua adalah promosi penjualan seperti menggunakan tiket gratis, diskon, dan voucher. Strategi ketiga adalah penjualan perseorangan seperti melakukan promosi di berbagai event. Strategi yang terakhir adalah hubungan masyarakat seperti melibatkan komunitas sebagai penyumbang ide dan juga promosi kepada masyarakat luar.

Kata kunci : *Wayang Orang Sriwedari, Pariwisata Budaya, Strategi Promosi*