

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN PROMOSI PARIWISATA KOTA SOLO MELALUI *ROADSHOW***

Kota Solo merupakan kota budaya dengan berbagai potensi pariwisata yang menarik, salah satunya dengan dinobatkannya Kota Solo sebagai destinasi utama kuliner oleh kementerian pariwisata Indonesia. Namun pada kenyataannya terdapat masyarakat diluar Kota Solo yang belum mengetahui jenis-jenis kuliner dan potensi wisata lain yang ada di Kota Solo. Sehingga dibutuhkan perancangan mengenai strategi promosi dan media yang tepat dalam mempromosikan potensi Kota Solo. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dalam pengumpulan data, yaitu studi literatur, wawancara, observasi dan metode analisa AIO, SWOT, serta AISAS. Maka ditemukan strategi promosi yang berupa *public relation* dan *advertising* dengan bentuk perancangan sebuah media *roadshow* dan media pendukung yang akan diselenggarakan diluar Kota Solo. *Roadshow* dipilih karena memiliki tiga komponen penting dalam pemasaran promosi pariwisata yaitu “*something to do, something to see, & Something to buy*” sehingga diharapkan dapat menarik *target audience*, untuk lebih mengenal potensi wisata dan datang mengunjungi Kota Solo.

Kata Kunci: Kota Solo, Promosi, *Roadshow*.