

STRATEGI PEMASARAN *GLAMOUR CAMPING*
SEBAGAI DAYA TARIK WISATA MINAT KHUSUS
DI *LOR SAMBI RECREATION PARK* YOGYAKARTA

Diajukan Oleh :

Dimas Fajar Rahmadana

2005523

ABSTRAK

Pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Dalam pengembangannya, melalui Kementerian Pariwisata mengutarakan beberapa program pengembangan pariwisata, salah satunya adalah *Nomadic Tourism*. *Nomadic Tourism* dikembangkan dalam rangka pemenuhan kebutuhan berwisata untuk wisatawan milenial. Dalam konteksnya, *nomadic tourism* adalah suatu kegiatan berwisata secara nomaden dengan aktivitas yang menyatu dengan alam dan berpindah-pindah. Jenis akomodasi dalam mendukung kegiatan ini adalah *glamour camping* atau *glamping*. *Glamping* merupakan perpaduan dan inovasi dari berkemah konvensional dengan pemenuhan fasilitas mewah layaknya hotel berbintang. Sehingga kegiatan ini memudahkan para wisatawan untuk berkemah tanpa mengorbankan kenyamanan selama melakukan kegiatan ini. *Lor Sambu Recreation Park* adalah salah satu destinasi wisata yang memiliki akomodasi *glamping* ini. Potensi dan strategi pemasaran dalam daya tarik minat khusus ini sangat penting dalam menarik wisatawan milenial. Melalui proses penelitian secara kualitatif deskriptif ini diharapkan perencanaan strategi pemasaran melalui konsep STP (*Segmentation, Targetting dan Positioning*) dan bauran pemasaran 7P bisa sesuai dengan target wisatawan minat khusus ini.

Kata kunci: *nomadic tourism, glamping, strategi pemasaran, wisatawan, minat khusus.*