**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL i

LEMBARPERSETUJUAN ii

LEMBARPENGESAHAN iii

MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GRAFIK xi

ABSTRAK xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 2

1.3 Batasan Masalah 2

1.4 Tujuan Penulisan 3

1.5 Manfaat Penuliasan 3

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Promosi 4

2.2 Bali *and Beyond Travel Fair* (BBTF) 6

2.3 Event 7

BAB III METODOLOGI PENULISAN

3.1 Waktu dan Tempat 8

3.2 Sumber Data 8

3.3 Metode Pengumpulan Data 8

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penulisan 10

4.2. Pembahasan 16

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan 45

5.2. Saran 45

DAFTAR PUSTAKA 46

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Data Jumlah *buyer* dan *seller* yang mengikuti BBTF 17

Tabel 2. Daftar *buyer* yang hadir dalam *event* BBTF 18

Tabel 3. Data Jumlah *seller* yang mengikuti BBTF 29

**DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1. Tabulasi Jumlah *buyer* dan *seller* yang mengikuti *event*

 BBTF 16

**ABSTRAK**

Gula, Agnessia, 2016 “***Peranan Promosi Untuk Meningkatkan Peserta Dalam Event Bali And Beyond Travel Fair”****.*Jurusan Pariwisata Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Manado, Pembimbing I : Deisy C. Andih, SE.,M.Si**.** dan Pembimbing II : Hendry M,E, Kumaat, SE.

 Kata Kunci : Bali, *event*

Bali merupakan salah satu provinsi yang mulai diperhitungkan oleh pasar wisata sebagai tujuan destinasi wisata sejumlah kegiatan besar dunia menjadi bukti kepercayaan masyarakat dunia untuk melakukan ativitas kepariwisataan. Salah satu aspek penting oleh suatu perusahaan dalam memasarkan atau memberi informasi suatu produk/jasa kepada konsumen adalah promosi. Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen (*Buyer* dan *Seller*).

Dalam penulisan ini penulis ingin agar informasi mengenai cara promosi oleh perusahaan dalam memasarkan *event* dapat tersampaikan serta hasil yang didapatkan dari promosi itu sendiri.

Selain itu data-data yang didapatkan bersumber dari observasi langsung oleh penulis saat penyelenggaraan *event* serta dari beberapa dokumen perusahaan terkait dengan *event*.

Promosi yang digunakan untuk mengenalkan *event* ini diantaranya adalah dengan melakukan *advertising* melalui *visit* media, surat kabar, promosi langsung hingga penyebaran informasi mengenai penyelenggaraan *event* dari mulut ke mulut. Dari hal ini terbukti adanya peningkatan jumlah peserta dalam penyelenggaraannya di tahun ini.