

# ANALISIS EFEKTIVITAS MEDIA PROMOSI DENGAN MENGUNAKAN BROSUR PADA OWABONG *WATER PARK* PURBALINGGA

Dea Nur Khasanah

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis efektivitas media promosi dengan menggunakan brosur pada Owabong *Water Park* Purbalingga. Penelitian ini dilakukan dengan observasi dan wawancara terhadap 1 informan kunci yaitu kepala divisi *marketing* dan 3 informan pendukung yaitu *ticketing*, *security* dan pengunjung. Penelitian ini dilakukan di PERUMDA Owabong *Water Park* merupakan wisata air, yang beralamatkan di Jl. Raya Owabong No.1, Dusun 2, Bojongsari, Kec. Bojongsari, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah 53362. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Efektivitas merupakan ukuran keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi dalam pencapaian tujuannya. Ketika sebuah organisasi mencapai tujuannya, ia beroperasi secara efektif. Indikator efektivitas menunjukkan efektivitas dan sejauh mana hasil (*results*) program dalam mencapai tujuan program. Semakin tinggi kontribusi output dari hasil untuk mencapai tujuan atau maksud yang telah ditentukan, maka semakin efektif proses kerja unit organisasi tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa efektivitas media promosi terlaksana dengan cukup baik dengan menggunakan teori efektivitas yang terdiri dari tujuan, proses penyelenggaraan, dan pasca penyelenggaraan promosi yang dilakukan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah tujuan promosi sudah cukup tercapai dengan melalui proses penyelenggaraan dan dibuktikan dengan hasil pasca penyelenggaraan promosi.

**Kata Kunci:** *Efektivitas Media Promosi*

 13/10 '23

**AN ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF BROCHURES AS  
PROMOTIONAL MEDIA AT OWABONG WATER PARK PURBALINGGA**

***Dea Nur Khasanah***

***Abstract***

*This study aims to describe and analyze the effectiveness of promotional media using brochures at Owabong Water Park Purbalingga. This research was conducted by observing and interviewing 1 key information, namely the head of the marketing division and 3 supporting information, namely ticketing, security and visitors. This research was conducted at PERUMDA Owabong WaterPark which is a water tourism, which is located at Jl. Raya Owabong No.1, Dusun 2, Bojongsari, Kec. Bojongsari, Purbalingga Regency, Central Java 53362. The research method used in this study is a qualitative descriptive method. The method used in sampling is purposive sampling. Effectiveness is a measure of the success or failure of an organization in achieving its goals. When an organization achieves its goals, it operates effectively. The effectiveness indicator shows the effectiveness and the extent to which the results (results) of the program achieve program objectives. The higher the output contribution of the results to achieve the goals or purposes that have been determined, the more effective the work process of the organizational unit. The results of the analysis show that the effectiveness of promotional media is carried out quite well using the effectiveness theory which consists of objectives, implementation processes, and post-implementation of promotions carried out. The conclusion from this study is that the promotion objectives have been sufficiently achieved by going through the implementation process and proven by the post-organization results of the promotion.*

***Keywords:*** *Effectiveness of Promotional Media*