

**STRATEGI PROMOSI SOLO PARAGON LIFESTYLE MALL
MELALUI EVENT “TNI MILITARY FESTIVAL” DALAM RANGKA
MENINGKATKAN PENGUNJUNG DITAHUN 2016**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1) Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh

Masita Desi Aryanti

20130530341

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Rabu


Tanggal : 16 Agustus 2017

Tempat : Ruang Rapat

Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua


Dr. Suciati, S.Sos., M.Si

Penguji I

Penguji II


Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP.,M.Sc


H. Aly Aulia, Lc., M.Hum

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana

(S-1) tanggal 16 Agustus 2017




Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP.,M.Sc

Kaprodi Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini :

Nama : Masita Desi Aryanti

NIM : 20130530341

Konsentrasi : Public Relations

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Promosi Solo Paragon *Lifestyle* Mall Melalui *Event* “TNI *Military* Festival” dalam rangka meningkatkan pengunjung di Tahun 2016

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar sarjananya.

Yogyakarta, 16 Agustus 2017

Masita Desi Aryanti

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT tuhan semesta alam, karena berkat limpahan nikmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Strategi Promosi Solo Paragon *Lifestyle* Mall melalui event “TNI Military Festival” dalam rangka meningkatkan pengunjung ditahun 2016”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sholawat serta salam senantiasa tercurah pada baginda Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di dunia dan akhirat. Amin

Penulisan Skripsi bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses pendidikan. Proses tersebut dituangkan dalam bentuk karya tulis yang didalamnya terdapat karya penulis. Skripsi ini sebagai wadah untuk mengaktualisasi sebuah ide atau gagasan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya. Penulis menyadari betul tentu dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki. Penulis mengharap kritik dan saran dari semua pembaca khususnya Dosen Pembimbing agar Skripsi ini sempurna sesuai yang diharapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus tulusnya.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan yang disebabkan karena terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan wawasan yang mohon untuk dimaklumi. Namun berkat kerja keras penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan

semaksimal mungkin, kritik dan saran yang membangun diharapkan akan mampu memberikan lebih banyak referensi untuk meningkatkan kualitas penulis yang akan datang.

Dalam menyelesaikan penulis skripsi ini, penulis dibantu oleh berbagai pihak yang berandil besar dalam pengumpulan data dan perijinan, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang terlibat, pihak-pihak tersebut diantaranya:

1. Bapak Haryady Arief Nurrasyid, S.IP., M.Sc. selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membantu memberikan arahan dan motivasi sehingga mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Haryady Arief Nurrasyid, S.IP., M.Sc. Selaku Dosen penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
4. Bapak H. Aly Aulia, Lc., M.Hum Selaku Dosen penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
5. Semua dosen Ilmu Komunikasi atas segala ilmu yang telah diberikan selama dibangku kuliah.
6. Mas Aji Budi Saputro selaku *supervisor* dan bagian promosi Solo Paragon Mall yang selalu memberikan informasi dan data untuk penulisan skripsi ini.
7. Bapak Sukiman, terima kasih banyak telah banyak mendo'akan dan memberikan *support* kepada penulis selama skripsi ini.
8. Ibu Suwarni S.Pd terima kasih banyak telah memberikan *support* dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini. Terima kasih juga atas do'a yang tiada hentinya serta memenuhi kebutuhan penulis selama mengerjakan Skripsi ini.

9. Kepada adekku tersayang Nisa, Wahid, Dika dan Diko, Andika yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga dapat berhasil mengerjakan skripsi ini.
10. Untuk partner in crime Siti Normayanti dari semester dua hingga sekarang selalu berdua, semoga untuk kedepannya kita sukses dan bisa menjadi lebih baik lagi. Relationship banget semua bareng dari mulai magang, sempro hingga ujian pendadaran. Semoga dapat pekerjaan sesuai keinginan yaa, semakin dewasa, sehat selalu dan selalu dalam lindungan Allah SWT, thank you ☺
11. Untuk Adiatma Kurniawan beserta keluarga ibu Susi, bapak dan adek yang selalu semangatin aku dan mendo'akan selalu dari awal dulu ketika masih kkn, magang, hingga menyelesaikan skripsi ini terima kasih mas ☺
12. Kepada sahabatku Alm. Cici Monalisa Insyani, Anisa Prahasti, Nining, Intan, Putri Juliya ayuk Dila, ayuk Santi, Ode, abng Endo, Yudha, Rama, Rhendy, Danu, Amex, Bagus, Evan, Bram, adek Astri, ayuk Arummy, Ayuk Mira, Ayuk Pipi, dan teman-teman lainnya terima kasih telah banyak memberikan semangat dan do'a untuk penulis.
13. Kepada teman sejawat Public Relations Minoz, Chida, Fardan, Juniar temen seperjuangan selama skripsi ini, semoga kalian sehat selalu dan cepat dapat pekerjaan sesuai keinginan.
14. Kepada sahabat sekaligus kakak yaitu Suci Rahmadhani Nst, Giska Oktaviani, Putri Nurida Fitriani, Mbak Indira, dan kak Rizal, terima kasih selalu memberikan semangat dan do'a.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya bapak Sukiman dan ibu Suwarni yang selalu saya hormati dan saya cintai, yang senantiasa memberikan support dan do'a di setiap sujudnya. Kepada adek saya Khairunisa dan Wahid Syabilla yang selalu mendoakan dan memberi dukungan tiada henti. Terima kasih atas kasih sayang yang telah diberikan kepadaku.
2. Siti Normayanti, adek Dika dan adek Diko yang selalu mendukung dan mendoakan saya untuk selalu semangat mengerjakan skripsi.
3. Untuk kamu Alm. Cici Monalisa Insyani yang selalu memberiku semangat dan do'a tiada henti, walaupun itu tidak secara langsung melihatnya, tetapi saya merasakannya.
4. Semua civitas akademika UMY khususnya jurusan Ilmu Komunikasi untuk ibu Suci, Pak Jono, Pak Mur dan Mbak Siti atas semua bantuan yang sudah diberikan.

MOTTO

“MAN JADDA WAJADA”

**Barang siapa bersungguh-sungguh pasti akan mendapatkan
hasil**

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman pengesahan	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Kata Pengantar	iv
Motto	vii
Halaman Persembahan	viii
Abstrak	ix
Abstract	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Bab 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori	10
1. Strategi Promosi	10
2. Bauran Promosi	20
3. Promosi Event	24
F. Metode Penelitian	29
1. Jenis Penelitian	29
2. Lokasi Penelitian	30
3. Sumber Data Penelitian	30
4. Teknik Pengambilan Informan	31
5. Teknik Pengumpulan Data	32
6. Teknik Analisis Data	34

7. Uji Validitas Data	36
BAB II GAMBARAN UMUM	38
A. PT. Sunindo Gapura Prima	38
1. Profil PT. Sunindo Gapura Prima	38
2. Visi dan Misi PT. Sunindo Gapura Prima	38
3. Logo PT. Sunindo Gapura Prima	39
B. Solo Paragon Mall	40
1. Struktur Organisasi Kerja	46
C. Event TNI Military Festival	47
BAB III Sajian Data dan Pembahasan	56
A. Sajian Data	56
1. Strategi Promosi	57
a. Perencanaan Promosi	57
b. Pelaksanaan Promosi	75
c. Evaluasi Promosi	87
B. Pembahasan	91
1. Perencanaan Promosi	92
2. Pelaksanaan Promosi	106
3. Evaluasi Promosi	123
BAB IV PENUTUP	128
A. Kesimpulan	128
B. Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pengunjung event TNI Military Festival	6
Tabel 1.2 Jumlah pengunjung event TNI Military Festival 2016	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT Sunindo Gapura Prima	39
Gambar 2.2 Mall Paragon	44
Gambar 2. 3 Peta Lokasi Solo Paragon Mall	44
Gambar 2.4 Peta Lokasi Solo Paragon Mall	45
Gambar 2.5 Poster TNI Military Festival	50
Gambar 2.6 Billboard TNI Military Festival	50
Gambar 2.7 <i>Camouflage Tutorial</i>	51
Gambar 2.8 Alat alutsista yang dipamerkan	51
Gambar 2.9 Pistol dari TNI AU	52
Gambar 2.10 Menaiki salah satu kendaraan dari TNI	52
Gambar 2.11 Karnaval dengan AKMIL Magelang	53
Gambar 2.12 Informasi perihal berbagai jenis bom	53
Gambar 2.13 Menjual produk original TNI	54
Gambar 2.14 Memberikan informasi kepada pengunjung	54
Gambar 2.15 Paud Taman Ceria	55
Gambar 2.16 Tim Panitia Event TNI Military Festival 2016	55
Gambar 3.1 Kompetisi lomba mewarnai tingkat TK	62
Gambar 3.2 Salah satu alat alutsista	68
Gambar 3.3 Salah satu alat alutsista	68
Gambar 3.4 kendaraan TNI	69
Gambar 3.5 kendaraan TNI	69
Gambar 3.6 kendaraan TNI	70
Gambar 3.7 kendaraan TNI	70
Gambar 3.8 Promosi Pemberitaan Media Online Tribun Solo	77
Gambar 3.9 Promosi Pemberitaan Media Online Jitunews	78
Gamba 3.10 Promosi Pemberitaan Media Online Joglosemar	78
Gambar 3.11 Pemberitaan media online Solopos	79

Gambar 3.12 Media cetak koran	79
Gambar 3.13 Pemberitaan media massa Joglo Semar	80
Gambar 3.14 Pemberitaan media massa Solopos	80
Gambar 3.15 Iklan media massa JogloSemar	81
Gambar 3.16 Promosi melalui facebook	82
Gambar 3.17 Promosi melalui instagram	83
Gambar 3.18 Promosi melalui twitter	83
Gambar 3.19 Promosi melalui <i>flyer</i>	84
Gambar 3.20 Promosi melalui poster	85
Gambar 3.21 Promosi melalui <i>Billboard</i>	87
Gambar 3.22 koran Joglosemar	111