

**Strategi Promosi *Event Jogja Creative Nation* ke Tiga dalam
Meningkatkan Pengunjung Lippo Plaza Jogja tahun 2018**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

Nazati Nailul Mumtazati

20140530086

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 29 April 2019
Tempat : Ruang Negosiasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

(Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si)

Penguji I

Penguji II

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

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

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi Tanggal 29 April 2019

Mengesahkan

Ketua Program Studi Ilmu Komuniikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nazati Nailul Mumtazati

No. Mahasiswa : 20140530086

Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/*Advertising*

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul : Strategi Promosi *Event Jogja Creative Nation* ke Tiga dalam Meningkatkan Pengunjung Lippo Plaza Jogja tahun 2018

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 29 April 2019

Nazati Nailul Mumtazati

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh hormat serta ketulusan hati yang sedalam-dalamnya, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan memberikan dukungan selama perkuliahan hingga disusunnya skripsi ini, kepada:

1. Allah SWT. Dengan segala kebesaran dan kuasanya penulis bisa menyelesaikannya skripsi ini hingga batas kemampuan yang penulis miliki.
2. Kedua Orang Tua saya. Wahida Wahyu Hidayat dan Nuning Maslakah (alm) yang selalu memberikan dukungan dan selalu tidak berhenti untuk mendoakan saya agar selalu bersemangat hingga skripsi ini terselesaikan.
3. Simbah Kakung Munir dan Uti Syamsiyah Pacitan, Tante Elfi Emilia, Mbah Mudrik dan saudara-saudaraku yang lainnya yang selalu membantu dukungan, mendoakan, dan perihal finansial hingga skripsi ini terselesaikan.
4. Ibu Laila Indriani dan adek-adekku Safira Laili, Aisyah Fahrina, Adhka Adnan Khalfani, dan Farida Firdausi Hidayat yang membantu memberi dukungan, kebahagiaan dan selalu mendoakan hingga skripsi ini terselesaikan.
5. Heri Supriyanto my partner 911, yang selalu siaga dengan memberikan waktu, tenaga, pikiran, dukungan, motivasi, kesabaran, doa dan selalu membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si selaku dosen pembimbing saya. Terimakasih yang sangat dalam atas kesabarannya membimbing saya dan terimakasih yang sangat dalam selalu meluangkan waktu untuk membimbing saya hingga skripsi ini terselesaikan.
7. Seluruh dosen pengajar dan karyawan bagian Tata Usaha Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terimakasih atas ilmu yang diberikan.
8. Lippo Plaza Jogja yang telah bersedia menjadi objek penelitian saya.
9. Bapak Nazwar Zulfajri serta Mbak Retnaayu yang telah meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam mengambil data.
10. Claudia Dewi Larasati yang telah bersedia membantu saya untuk mengerjakan skripsi bersama, memberi dukungan, motivasi, hingga tempat berkeluh kesah.
11. Shinwa Group (Lina, Fella, Riris, Lita) dan Full Team (Vinta, Dea, Ninis, Shafira, Ayu) yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa.
12. Abidin, Rizka Virli, Diandra Safira, Ewol, Opal, Rizka, Nasha, Vani, Dinar, Fatimah, Tutus, Yuna, Wahyu, dan semua teman-temanku yang tidak dapat disebut satu persatu, yang juga selalu membantu, memberikan semangat serta doa dan dukungan.
13. Terimakasih juga untuk seluruh teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi yang selalu berjuang bersama untuk menyelesaikan kuliah ini.

HALAMAN PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Strategi Promosi Event Jogja Creative Nation ke Tiga dalam Meningkatkan Pengunjung Lippo Plaza Jogja tahun 2018** dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1) dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan sekaligus sebagai penerapan teori-teori yang telah penulis peroleh selama berada di bangku kuliah. Ucapan terimakasih penulis berikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dan membantu dalam proses studi dan penulisan skripsi ini. Tentunya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, SIP., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, serta memberi saran, kritik dan dukungan selama bimbingan skripsi ini
5. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji 1 atas saran dan arahnya mengenai skripsi ini
6. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku dosen penguji II atas saran dan arahnya mengenai skripsi ini

7. Para karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
8. Lippo Plaza Jogja khususnya bagian kepengurusan *Event Jogja Creative Nation* ke tiga yang telah bersedia membantu dan menjadi objek penelitian penulis

Tanpa bantuan dari pihak-pihak terkait, tentunya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis menyadari dengan segala kekurangan dan keterbatasan dalam skripsi ini. Kedepannya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Sekian dan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 29 April 2019

Nazati Nailul Mumtazati
20140530086

HALAMAN MOTTO

“AKU LULUS BUAT IBU”

- Penulis, 22 tahun -

“GUSTI ALLAH MBOTEN SARE”

- Bapakku yang ganteng -

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kajian Teori	7
1. Komunikasi Pemasaran	7
a. Definisi Komunikasi Pemasaran	7
b. Strategi Promosi	8
c. Bauran Promosi	16
2. <i>Event</i>	20
F. Metode Penelitian.....	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Lokasi Penelitian.....	27
3. Kriteria Informan	27
4. Teknik Pengumpulan Data.....	27
5. Teknik Analisis Data.....	28
6. Uji Validasi Data.....	30
BAB II GAMBARAN UMUM LIPPO PLAZA JOGJA.....	31
A. Sejarah Perusahaan.....	31

B. Profil Lippo Plaza Jogja	33
C. Visi dan Misi Lippo Plaza Jogja	34
D. Keunggulan Lippo Plaza Jogja.....	35
E. Tenant dan Fasilitas Lippo Plaza Jogja	35
F. Peta Lokasi	37
G. Demografis Pengunjung	37
H. Struktur Organisasi.....	38
I. Jobdesk.....	38
BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	52
A. Penyajian Data	52
1. Perencanaan Promosi	53
2. Pelaksanaan Kegiatan Bauran Promosi.....	60
a. Periklanan	60
b. <i>Event</i>	66
B. Analisis Data	77
1) Perencanaan Promosi	78
2) Pelaksanaan Promosi.....	84
1. Periklanan	85
2. <i>Event</i>	88
3) Evaluasi Promosi.....	90
BAB IV PENUTUPAN	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengunjung Event Jogja Creative Nation	4
Tabel 3.1	Jumlah Pengunjung Lippo Plaza Jogja	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Situasi saat <i>event</i> berlangsung	3
Gambar 1.2	Kategori Special Event	21
Gambar 2.1	Logo Perusahaan	34
Gambar 2.2	Peta Lippo Plaza Jogja	37
Gambar 2.3	Struktur Organisasi Lippo Plaza Jogja	38
Gambar 3.1	Desain Poster dan Baliho	63
Gambar 3.2	Akun Instagram Lippo Plaza Jogja	64
Gambar 3.3	Poster Digital untuk Media Sosial	64
Gambar 3.4	Poster di Instagram	65
Gambar 3.5	Rundown Acara Jogja Creative Nation ke Tiga	65
Gambar 3.6	Promosi melalui Sevensky	66
Gambar 3.7	Promosi melalui Akun Lain	66
Gambar 3.8	Talkshow dan Workshop	69
Gambar 3.9	Dokumentasi Pengunjung	71
Gambar 3.10	Suasana Saat Acara Berlangsung	74
Gambar 3.11	Kemeriahan Acara Jogja Creative Nation ke Tiga	75