

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Nazati Nailul Mumtazati

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

Tahun Skripsi : 2019 + 112 Halaman + 16 Gambar + 2 Tabel

Daftar Pustaka : 21 Buku + 12 Jurnal + 11 Internet

Penelitian ini mendeskripsikan tentang strategi promosi *event* Jogja *Creative Nation* ke tiga dalam meningkatkan pengunjung Lippo Plaza Jogja pada tahun 2018. Lippo Plaza Jogja termasuk mall yang menggunakan *event* sebagai upaya promosi yang digunakan untuk mendekati diri dengan pengunjung atau *customer*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan *event* Jogja *Creative Nation* ke tiga sebagai strategi promosi Lippo Plaza Jogja serta tanggapan pengunjung terhadap promosi yang dilakukan Lippo Plaza Jogja dalam meningkatkan pengunjung. Penelitian ini menganalisis kegiatan promosi yang dilakukan oleh Lippo Plaza Jogja dalam meningkatkan pengunjung. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data digunakan melalui wawancara mendalam yang melibatkan 5 informan yang terdiri dari 1 *Marketing Communication*, 1 *Tenant Relationship*, dan 3 pengunjung serta dokumen-dokumen yang relevan terkait dengan *event* Jogja *Creative Nation* ke tiga. Hasil dari penelitian ini terdiri dari perencanaan promosi, pelaksanaan promosi dan evaluasi promosi. Proses perencanaan promosi menggunakan 7 tahapan program promosi yang dilakukan. Untuk pelaksanaannya Lippo Plaza Jogja menggunakan media cetak, media elektronik, media *online*. Kemudian evaluasi yang dilakukan menunjukkan bahwa *event* Jogja *Creative Nation* ke tiga mampu meningkatkan pengunjung Lippo Plaza Jogja tetapi masih memerlukan perbaikan dalam melakukan setiap kegiatan promosi.

Kata Kunci: *Event*, Strategi Promosi, *Tenant Relationship*

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social Science and Political Science

Departement of Communication Science

Nazati Nailul Mumtazati

**Strategy Promotion The Third Jogja Creative Nation Event To Increase
Visitors of Lippo Plaza Jogja In The Year of 2018**

Year of Graduation Paper : 2019 + 112 Pages + 16 Pictures + 2 Tabel

Bibliography : 21 Books + 12 Journals + 11 Online

This research describes about strategy promotion the third Jogja Creative Nation event to increase visitors of Lippo Plaza Jogja in the year of 2018. Lippo Plaza Jogja is a mall that included events as promotional efforts to get closer the visitors or customers. The purpose of this research is to describe the third Jogja Creative Nation event as a strategy promotion of Lippo Plaza Jogja and visitors responses toward the promotion made increate the number of the visitors. This research to analyze promotional activities carried out by Lippo Plaza Jogja to increase visitors. The methodology of this research is descriptive qualitative. Data collection technique used are through a deep interview that involves 5 informan consists of 1 *Marketing Communication*, 1 *Tenant Relationship*, and 3 visitors with relevant documents about the third Jogja Creative Nation. The results of this research consist of promotion planning, promotion implementation and promotion evaluation. The process of promotion planning utilize 7 stages promotion strategy. For the implementation, Lippo utilize the print media, electronic media and online media. As for the evaluation. Shows that the third Jogja Creative Nation event capable to make a growth of Lippo's visitors but still needs more improvment in every promotion activity.

Keyword: Event, Promotion Strategy, Tenant Relationship