

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

## **ABSTRAK**

**Dimas Andi Manggara**

**20070530173**

**Studi Kasus Deskriptif Kualitatif Tentang “Strategi Kreatif Event Jogjanimations Gallery dalam mewujudkan Jogja Pusat Animasi Indonesia 2012”**

Tahun Skripsi : 2012. xvi halaman + 134 halaman + 1 lampiran

Daftar Kepustakaan : 12 buku + 2 sumber *online*

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi kreatif event Jogjanimations Gallery. Penelitian ini dilakukan berdasarkan ketertarikan pada bagaimana sebuah event dapat dijadikan sebagai suatu upaya kreatif yang mampu memberikan respon baik dari orang yang berinteraksi dengannya. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui gambaran dari strategi kreatif event JAG yang dilakukan oleh Jogjanimations, (2) mengetahui dan memaparkan dengan jelas bentuk strategi kreatif event JAG dalam mewujudkan tujuan Jogja Pusat Animasi Indonesia 2012. Teknik studi kasus kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan langkah-langkah analisa data sebagai berikut: (1) pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara dan dokumentasi, (2) Reduksi Data, (3) Penyajian Data, (4) Kesimpulan.

Pembuatan event Jogjanimations Gallery ini merupakan langkah yang diambil oleh Jogjanimations dalam upaya untuk mewujudkan Jogja Pusat Animasi Indonesia 2012. Sebuah strategi kreatif yang dilakukan, dimana langkah tersebut merupakan salah satu upaya dari *masterplan* untuk mewujudkan tujuan melalui event. Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui dalam pembuatan event JAG ini telah melalui proses *brainstorming* strategi kreatif itu sendiri, yang diaplikasikan melalui 5 tahapan Manajemen Event yaitu *research, design, plaming, coordination, dan evaluation*, untuk melihat efektifitas dan efisiensi dalam perencanaan dan pelaksanaan event.

**Kata Kunci: Strategi Kreatif Event dan Management Event.**