

## ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik  
Jurusan Komunikasi  
Konsentrasi Public Relations  
Diyan Rahmawati

### **EVENT REGULER GALE CERIA TAHUN 2012 SEBAGAI STRATEGI PROMOSI GALERIA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DAN OMSET PENJUALAN**

Tahun Skripsi : 2013, + 102 Halaman, + 15 Halaman Lampiran  
Daftar Kepustakaan : 21 Buku, 2 Surat Kabar, 2 Sumber online (2012)

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengelolaan *event* gale ceria tahun 2012 sebagai strategi promosi galeria mall dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan omset pendapatan, dengan adanya mall baru yang bermunculan di Yogyakarta ini sehingga membuat galeria mall merancang strategi baru yaitu dengan mengadakan *event* reguler yang bernama gale ceria sebagai strategi promosi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengelolaan *event* gale ceria ini sebagai strategi promosi galeria mall dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan omset pendapatan tenant. Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengelolaan *event* meliputi perencanaan *event*, pelaksanaan *event* dan evaluasi *event*.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus deskriptif kualitatif, dengan menggunakan langkah – langkah analisa yaitu : *pertama*, pengumpulan data dengan wawancara pada bagian manajer promosi, PR dan tenant serta staf PR galeria. Lalu kepada peserta pengisi acara yang menjabat sebagai penanggung jawab sekolah. Lalu Kepada pengunjung galeria dan terakhir dengan karyawan tenant galeria. Pengumpulan data selanjutnya dengan observasi langsung saat *event* dengan melakukan pengamatan terhadap apa saja yang dilakukan konsumen (perilaku konsumen) saat menyaksikan pertunjukan. *Kedua*, reduksi data dengan meringkas secara sistematis hasil wawancara, data-data dan observasi yang telah dilakukan. *Ketiga*, pengujian data dari hasil penelitian. *Keempat*, menyimpulkan data.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan yang dilakukan meliputi menetapkan tujuan, menentukan pengisi acara, penentuan anggaran dan memilih media periklanan *event*. Pelaksanaan *event* dilakukan sesuai perencanaan dan melihat perilaku konsumen disana. Evaluasi dilakukan dengan melihat berapa banyak capaian dengan mengacu pada target yang ditentukan. Pengelolaan *event* reguler gale ceria meliputi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi ini dapat menjadi strategi promosi galeria dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan omset tenant disaat banyak mall – mall baru yang bermunculan di Yogyakarta ini.

Kata kunci: *event* reguler, strategi promosi, perencanaan promosi.

## ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta  
Faculty of Social and Political Sciences  
Department of Communication  
Concentration of Public Relations  
Diyan Rahmawati**

### **GALE CERIA REGULAR EVENTS IN 2012 AS GALERIA PROMOTIONAL STRATEGIES TO INCREASE NUMBER OF VISITORS AND INCOME OF SALES**

**Thesis Year : 2013, + 102 Pages, 15 Page Appendix**

**Refence : 21 Books, 2 Newspapers, 2 Sources Online (2012)**

This study discusses how gale ceria event management in 2012 as a promotional strategy galeria mall in increasing visitor numbers and income tenant, with new malls that have sprung up in Yogyakarta so make galeria mall devise a new strategy is to hold a regular event called gale ceria as promotion strategy. The purpose of this study was to describe the management of this event as gale ceria galeria mall promotional strategy to increase the number of visitors and income of tenants. Theoretical framework used in this study is the management of the event include event planning, implementation and evaluation events.

The research methodology used in this research is descriptive qualitative case study, using a step - step analysis: first, the collection of data by interview on the promotion manager, PR and PR galeria tenants and staff. Then the participants of the performers, who served as the responsible school. The last visitor and last with galeria tenant and employees. Further data collection by direct observation during the event by observing what is being done to consumers (consumer behavior) while watching the show. Second, data reduction by systematically summarizing the results of the interview, the data and observations that have been made. Third, the data from the test results. Fourth, the data concludes.

The research shows that planning undertaken include setting goals, determining the performers, budgeting and selecting advertising media event. Implementation of the event is done according to plan and look at consumer behavior there. Evaluation is done by looking at how many achievements with reference to the specified target. Gale ceria regular event management involves planning, implementation and evaluation can be galeria promotional strategy to increase the number of visiting and tenant income while many malls - malls that have sprung up recently in Yogyakarta.

**Keywords:** regular event, promotion strategies, promotional planning.