

## ABSTRACT

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Jurusan Komunikasi**

**Konsentrasi Periklanan**

**Dhinar Aryo Wicaksono**

**Aktifitas Promosi Event Printemps Francais 2013 Institute Francais Indonesia (IFI)/Lembaga Indonesia Perancis (LIP) Yogyakarta Dalam Mengenalkan Seni dan Budaya Perancis Khususnya di Yogyakarta.**

**Tahun Skripsi: 2014 + 70 Halaman**

**Daftar Pustaka : 14 Books + 1 Print Media+ 1 Media Online**

Penelitian ini membahas tentang bagaimana aktifitas promosi Institute Francais Indonesia (IFI) dalam *event Printemps Francais 2013* untuk menarik minat penonton. Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi promosi dan bauran promosi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus deskriptif kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah analisis data sebagai berikut: (1) Pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara direktur IFI Yogyakarta dan tim divisi budaya dan komunikasi (2) Reduksi data dengan meringkas secara sistematis hasil wawancara dan observasi yang telah digunakan. (3) Penyajian data dari hasil penelitian. (4) Kesimpulan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa komponen dalam bauran promosi yang digunakan dalam aktifitas promosi *event Printemps Francais 2013*, yaitu: (1) media luar ruang, (2) media lini bawah, (3) media massa. Optimalisasi penggunaan beberapa media tersebut telah sukses menarik perhatian penonton untuk menyaksikan *event* tersebut. Disamping itu, IFI Yogyakarta juga sukses membangun citra sebagai sebuah event seni dan budaya tahunan melalui media-media tersebut.