

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Periklanan

Rizka Firli Winantya

***Event Live Music* Sebagai Strategi Promosi Taphouse *Beer Garden* dalam Meningkatkan Penjualan Pada Tahun 2017**

Tahun Skripsi: 2018 + 132 Halaman + 25 Gambar + 4 Tabel

Daftar Pustaka : 24 Buku +10 Jurnal+ 3 Skripsi + 4 Internet

Penelitian ini berusaha menganalisis strategi promosi menggunakan *event live music* yang dilakukan oleh Taphouse *Beer Garden*, yang merupakan salah satu tempat hiburan malam yang ada di Jogjakarta.. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas *event live music* yang dilakukan oleh Taphouse *Beer Garden* untuk menaikkan omzet penjualan.

Dalam melaksanakan promosi Taphouse *Beer Garden* , cara yang digunakan untuk menganalisis menggunakan teori dari Kotler dan Susanto yang terdiri dari identifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan dikomunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, menetapkan total anggaran, promosi, keputusan mengenai bauran promosi dan mengukur hasil promosi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan dianalisa secara kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara dengan informan, serta dokumen-dokumen relevan yang terkait dengan *event live music* Taphouse *Beer Garden*.

Taphouse *Beer Garden* mempunyai strategi promosi bermacam-macam salah satunya *event live music* yang sudah berjalan selama 2 tahun. Pengelolaan *event live music* Taphouse *Beer Garden* yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi ini mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Taphouse *Beer Garden* belum berhasil dalam menggunakan *event live music* untuk menaikkan omzet dikarenakan pada pelaksanaan *event live music* masih terdapat beberapa hambatan yang tidak sejalan dengan tujuan awal diadakannya strategi promosi ini.

Kata Kunci: Strategi Promosi, *event live music*, Taphouse *Beer Garden*

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Science

Concentration Advertising

Rizka Firli Winantya

Event Live Music As Promotion Strategy Taphouse Beer Garden To Increase Sales in 2017

Thesis Year : 2018 + 132 Pages + 25 Pictures + 4 Tables

Refence : 24 Books + 10 Journal + 3 Thesis + 4 Internet

This study attempted to analyze the promotional strategy using live music events conducted by Taphouse Beer Garden, which is one of the nightlife spots in Jogjakarta. The purpose of this study was to determine the effectiveness of live music events conducted by Taphouse Beer Garden to increase the turnover sales.

In order to carrying out the promotion of Taphouse Beer Garden, the method used to analyze the case is by implementing the theory of Kotler and Susanto which consists of identifying the target audience, determining the purpose of communication, designing messages, choosing communication channels, determining the total budget, promotion, decision of the promotional mix and measuring the promotion results . The research method used in this study is descriptive and analyzed qualitatively. Source of data in this study were obtained through interviews with the informants, as well as relevant documents related to the Taphouse Beer Garden live music event.

Taphouse Beer Garden has a promotional strategy for various types of live music events that have been running for two years. The management of Taphouse Beer Garden's live music event which includes planning, implementing and evaluating the results of this study, which shows that Taphouse Beer Garden has not succeeded in using live music events to increase the turnover because there are still some obstacles that are not in line with the original purpose of live music events.

Key Words : Promotion Strategy, *Event Live Music*, Taphouse Beer Garden

