

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Ardina Rachma Nisa

Strategi Promosi Event Ngayogjazz Tahun 2017 Dalam Menarik Minat Pengunjung Melalui Media Sosial Instagram

Tahun Skripsi: 2018 + 99 Hal + 31 Gambar

Daftar Pustaka: 9 Buku (Tahun 1998-2010) + 3 Jurnal + 6 Internet

Ngayogjazz merupakan event musik tahunan yang diselenggarakan sejak tahun 2007. Ngayogjazz berusaha merubah pola pikir masyarakat bahwa jazz tidak harus mahal dan sulit akan tetapi justru harus mudah didengar dan terjangkau. Ngayogjazz membawa musik yang terkenal *elite* ini didekatkan dengan warga desa akan tetapi juga dapat dinikmati oleh masyarakat luas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumen. Terdapat tiga aspek yang menjadi acuan peneliti, yaitu strategi promosi (perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi). Jenis data penelitian ini yaitu terdiri atas sumber data primer dan sekunder. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini dalam strategi promosi melalui media sosial instagram terfokus pada mengingatkan kembali dan memberikan informasi. Dalam penyampaian pesannya menggunakan bahasa non formal yaitu perpaduan antara bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa yang merupakan bahasa lokal agar terkesan bersahabat dengan target sasaran juga pada desain tema nya, yaitu menggunakan aksan jawa agar seperti wayang dan roda pedati sapi agar terkesan merakyat mengingat musik jazz dikenal dengan musik elit. Namun, terdapat kelemahan dalam evaluasi terkait pengukuran hasil promosi. Disini Ngayogjazz tidak mempunyai waktu khusus untuk membahas seberapa efektif pelaksanaan promosi pada media sosial Instagram.

Kata Kunci : Ngayogjazz, strategi promosi, musik jazz

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of social science and political science

Department of communication sciences

The concentration of *Public Relations*

Ardina Rachma Nisa

Ngayogjazz Event Promotion Strategy for 2017 in Attracting The Interest of Visitors through Instagram

Thesis Year: 2018 + 99 Pages + 31 Picture

Bibliography: 9 Books (1998-2010) + 3 Journals + 6 Internet

Ngayogjazz is an annual music event held since 2007. Ngayogjazz tries to change the mindset of people that jazz does not have to be expensive and difficult but it must be easy to hear and affordable. Ngayogjazz brings music that is famous with the elite status that is brought closer to the villagers but can also be enjoyed by the wider community. In this research, the researcher used descriptive qualitative as the research method by collecting data through in-depth interviews and documentation. There are three aspects that are being the reference for the researcher, that are the promotion strategy (planning, implementation, and evaluation). This type of research data consists of primary and secondary data sources. Result obtained from the study suggested that promotion strategy through social media instagram has prior focus as reminder and information provider. It is also present non formal language that mixed between bahasa Indonesia and Javanese language in order to make it sounds more familiar to the potential audience. Hence it also involved local wayang “shadow puppet” character and cows rickshaw to create closer proximity to people as well as change their perception on jazz which so far perceived as elite music. However, there are weaknesses in the evaluation related to the measurement of promotion results. Ngayogjazz does not have a specific standard to measure the efficacy of promotion media.

Keywords: Ngayogjazz, promotional strategies, jazz music