

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relation

Saipul Arobi

Strategi Promosi *Event Land Of Leisure (LOL)* Sebagai *Event Pameran Produk clothing* Lokal Dalam Menarik Pengunjung Di Yogyakarta Tahun 2017.

Tahun Skripsi : 2019 + 85 Halaman + 17 Gambar + 1 Tabel

Daftar Pustaka : 18 Buku + 10 Jurnal + 2 Internet

Perdagangan memicu banyak perusahaan untuk membangun *brand* global dan secara agresif berusaha mencari pasar potensial di seluruh penjuru dunia dan banyak memunculkan inovasi di dalamnya dengan contoh yaitu banyak bermunculan event-event *brand* yang di pameran. *Land Of Leisure* adalah sebuah *event* yang juga menyajikan brand tetapi dengan inovasi brand lokal kreatif yang bertujuan untuk memperkenalkan karya anak bangsa itu tidak kalah saing dengan brand global dan juga untuk memberikan pengetahuan lebih tentang brand-brand yang bisa di olah se kreatif mungkin. *Land Of Leisure* dalam mempromosikan event nya tidak lepas menggunakan media sosial yang banyak digunakan oleh target sasaran mereka yaitu Instagram, LOL juga memaksimalkan *word of mouth* dan *volunteer* sebagai media promosi mereka dalam mempromosikan *event* mereka.

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 promosi *Land Of Leisure* pada tahun 2017.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Land Of Leisure* sebagai pihak yang melakukan promosi untuk menarik pengunjung pada tahun 2017 menerapkan strategi promosi yang cukup baik. Strategi promosi *Land Of Leisure* adalah dengan memaksimalkan media instagram, sosial media para artis bintang tamu dan volunteer sebagai media promosi mereka melalui *word of mouth*.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Event, Land Of Leisure, Brand, Instagram, 2017.

ABSTACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relation

Saipul Arobi

Strategi Promosi *Event Land Of Leisure (LOL)* Sebagai *Event Pameran Produk clothing* Lokal Dalam Menarik Pengunjung Di Yogyakarta Tahun 2017.

Tahun Skripsi : 2019 + 85 Halaman + 17 Gambar + 1 Tabel

Daftar Pustaka : 18 Buku + 10 Jurnal + 2 Internet

Trade triggers many companies to build global brands and aggressively try to find potential markets throughout the world and there are many innovations in them with examples of the many brand events that are on display. Land Of Leisure is an event that also presents brands but with innovative local brand innovations that aim to introduce the work of the nation's children is no less competitive with global brands and also to provide more knowledge about brands that can be as creative as possible. Land of Leisure in promoting its events can not be separated using social media that is widely used by their target groups, namely Instagram, LOL also maximizes wort of mouth and volunteers as their promotional media in promoting their events.

The research method used in this research is descriptive and analyzed qualitatively. Sources of data in this study were obtained through interviews with informants, as well as relevant documents related to the promotion of Land of Leisure in 2017.

The results showed that Land of Leisure as a party to promote to attract visitors in 2017 implemented a good promotion strategy. Land of Leisure promotion strategy is to maximize the media instagram, social media for guest star artists and volunteers as their promotional media through wort of mouth.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Event, Land Of Leisure, Brand, Instagram, 2017