

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Soviela Rohmawati

20080530063

Manajemen Event Bazar Busana Muslim di butik House of Dinna Yogyakarta dalam Memperkenalkan Brand dari Hijabers Community

Tahun Skripsi :2012 + 107 hal + 12 halaman lampiran + 7 tabel + 7 gambar + 2 bagan

Daftar Pustaka : 16 buku tahun (1999-2010) + 6 internet

House of Dinna merupakan sebuah butik muslimah yang menjual produk rancangan dari komunitas Hijabers. Untuk memperkenalkan produk yang dijual di Butik HOD tersebut dilakukan dengan cara menyelenggarakan Bazaar. Bazaar tersebut dilakukan dalam waktu bulan sekali. Penelitian ini mengangkat tema tentang Manajemen *Event* bazaar busana muslim yang dilakukan oleh butik HOD yang bertujuan untuk memperkenalkan Brand dari Hijabers Community. Obyek penelitiannya adalah bazaar busana muslim di butik House of Dinna dengan lokasi penelitian di Jl. Cendrawasih Demangan no.32 Demangan Baru, Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang didasarkan atas kasus. sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi yang memanfaatkan berbagai macam data dan teori dokumentatif yang dikumpulkan dengan memanfaatkan buku-buku, koran, sumber-sumber informasi non manusia sebagai penunjang penelitian (agenda hasil penelitian), dalam penelitian ini dilakukan pula wawancara yang dilakukan di butik House of Dinna dengan owner HOD, Supervisor HOD, Marketing HOD, Pengunjung bazaar dan peserta bazaar. Sedangkan observasi atau pengamatan dilakukan dengan mengamati bagaimana jalannya pelaksanaan bazaar busana muslim di butik HOD dan bagaimana kegiatan event manajemen bazaar tersebut. Pelaksanaan bazaar menghadirkan kurang lebih 15 peserta bazaar dengan tenda berukuran 2x2m mampu menarik pengunjung dalam memperkenalkan brand dari HC. Akan tetapi masih ada yang perlu diperbaiki dari penataan stand tersebut agar pengunjung dan peserta bazaar bisa lebih nyaman.

Kata Kunci : Event, Bazaar Busana Muslim, Hijabers Community

ABSTRACT

Muhammadiyah University Of Yogyakarta

Faculty Of Social and Political Science

Department Of Communication

Concerntation of Public Relations

Soviela Rohmawati

20080530063

Event Management Moeslem Wear Bazaar at House of Dinna Boutique to Introduce Brand From Hijabers Community

Year of Essay : 2012 + 106 page + 12 enclosure + 7table + 7 picture + 2 bagan

Bibliography : 16 book (1999-2010) + 6 internet

House of Diana (HOD) is a boutique that sells products designed by Hijabers Community. In attempt to make the products more well-known, the boutique periodically held a bazaar around twice a month. This observation underlined The Management of Muslim fashion Bazaars as its theme, which has been operated by HOD Boutique with an aim to introduce Hijabers Community brands to wider communities. The observation object would be the Muslim fashion bazaar located in JL.Cendrawasih Demangan no.32 Demangan Baru, Yogyakarta. Here, a *descriptive qualitative* based on cases is used as the method of the observation. Whereas the data collecting were done by making several documentations using various kinds of data and documentary theories gathered by looking up in books, newspapers, and some other non-human source of information as the observation supporting. Several interviews involving HOD Staff; like supervisor and marketing chief, also the owner of HOD along with some visitors and participants, were also held. The observation basically was followed out by continuously observing how the bazaars were doing and what kind of activities they had. The bazaar itself presented more or less than 15 participants, each with 2x2m of a tent which effectively attracted visitors in introducing brand of HC. But the stand still has something that must be repaired to maike the visitors and the audience of bazaar feel comfortable.

Key Words : Event, Muslim fashion Bazaars, Hijabers Community