

**STRATEGI PROMOSI JOGJA ASIAN FILM FESTIVAL (JAFF) 2013
DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG
(PROMOTION STRATEGY JOGJA ASIAN FILM FESTIVAL 2013
TO ATTRACT AUDIENS)**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Stata I
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh :

Ninik Fitri Wahyuningrum

20050530238

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2016

**STRATEGI PROMOSI JOGJA ASIAN FILM FESTIVAL (JAFF) 2013
DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG
(PROMOTION STRATEGY JOGJA ASIAN FILM FESTIVAL 2013
TO ATTRACT AUDIENS)**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Stata I
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2016**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI JOGJA ASIAN FILM FESTIVAL (JAFF) 2013
DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG**

**Oleh :
Ninik Fitri Wahyuningrum
20050530238**

Telah dipertahankan dan disahkan didepan tim penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 30 Desember 2015
Tempat : R. Multimedia Ilmu Komunikasi

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Zein Mufarrih M.S.IP

Penguji I

Penguji II

Zuhdan Azis, S.Sn., M.Sn.

Budi Arifianto, S.Sn., M.Sn

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-I)
Tanggal, 30 Desember 2015

Harvadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

MOTTO

*“Alloh tidak akan membebani seseorang melainkan dengan kesanggupannya”. (QS.
Al-Baqoroh : 286)*

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan (kepada Allah dengan sabar dan shalat), sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”. (QS. Al-Baqoroh : 153)

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini..

Karya ini kupersembahkan untuk :

1. Alm Bapak yang semasa hidupnya telah memberikan kasih sayang dan perhatiannya untukku. Dan untuk Ibu yang selalu ada disisiku mendoakan, mendampingi dan mendukungku dengan segenap kasih sayangnya.
2. Kakak dan keluarga besarku yang selalu mendukungku.
3. Keluarga kecilku yang selalu memberiku semangat.
4. Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jurusan Ilmu komunikasi.
5. Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membimbing dan membantuku dalam menyelesaikan study.
6. Teman-teman komunikasi angkatan 2005 terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Alloh SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu social dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Zein Mufarrih M, S.IP selaku dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Haryadi Arif Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. dan Bapak Budi Arifianto, S.IP selaku dosen penguji skripsi
3. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Sahabat-sahabatku yang telah mendoakan dan memberikan dukungan moral dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan kepada semua pihak untuk dapat memberikan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca untuk kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Akhirukalam, peneliti berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkan sebagai referensi dalam penulisan skripsi.

Yogyakarta, Desember 2015

Ninik Fitri W

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK	viii

ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat penelitian.....	8
E. Kerangka Teori.....	9
1. Promosi.....	9
2. Strategi Promosi	10
3. Bauran Promosi	14
F. Metode Penelitian	26
 BAB II GAMBARAN UMUM DAN DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. Latar Belakang dan Sejarah JAFF.....	32
B. Program dan Kegiatan JAFF.....	33
C. Struktur Organisasi JAFF.....	48
 BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Sajian Data	52
B. Pembahasan.....	70
 BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79
 DAFTAR PUSTAKA	

ABSTRAK

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING**

Ninik Fitri W

20050530238

Strategi Promosi Jogja Asian Film Festival (JAFF) 2013

Dalam Menarik Minat Pengunjung

Tahun Skripsi: 2016 + 80 Hal +8 Gambar

Daftar Pustaka: 13 buku + 1 Sumber Online

Pada tahun 2013 Jogja Asian Film Festival (JAFF) telah memasuki usia ke-8. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi promosi yang diterapkan pada JAFF 2013 dalam menarik minat pengunjung?." Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami tentang strategi promosi yang diterapkan Jogja Asian Film Festival (JAFF) 2013 dalam menarik minat pengunjung.

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif kualitatif. Objek dalam penelitian ini adalah Jogja Asian Film Festival (JAFF) 2013 yang digelar pada tanggal 29 November sampai tanggal 7 Desember 2013. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu kualitatif.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi promosi yang diterapkan JAFF yaitu periklanan (*advertising*) dan promosi penjualan (*sales promotion*). Jenis periklanan yang dipilih oleh JAFF 2013 yaitu dengan billboard, baliho, spanduk, roll-up banner ataupun X-banner, *add lips* di radio dan media *online*. Billboard yang dibuat sebanyak empat buah, baliho sejumlah lima buah, dan dua jenis spanduk yang dibuat sebanyak lima buah. Disimpulkan juga bahwa promosi penjualan yang dilakukan oleh JAFF 2013 menggunakan t-shirt, katalog, *newsletter* serta maskot Hanoman.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Menarik Minat Pengunjung.

ABSTRACT

**UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
SCIENCE DEPARTMENT OF COMMUNICATION
CONCENTRATION ADVERTISING**

**Ninik Fitri W
20050530238**

**Promotion Strategy Jogja Asian Film Festival (JAFF) 2013
To Attract Audiens**

Year Thesis: 2016 + 80 It +8 Images

Bibliography: 13 books + 1 Online Source

Jogjakarta Asian Film Festival (JAFF) was eight years old when 2013. The problem was how the promotion strategy at JAFF 2013 for got customer? The aim in this research was to understand the promotion strategy at JAFF 2013 for got customer.

This research was descriptive qualitative. The object was JAFF 2013 in the November 29th until December 7th 2013. The technic of collected data used interview and documentation study. Qualitative used as the technic for analysis data.

The conclusion were JAFF's promotion strategy are advertising and sales promotion. The advertising was billboard, banners, roll-up banner or X-banner, add lips at radio and online. There are four billboard, five billboards, two item banners which five pieces. The t-shirt, catalogue, newsletter and Hanoman's mascot.

Key words: Promotion Strategy, Customer Motivation.

DAFTARPUSTAKA

- Brannan, Tom, *Integrated Marketing Communications*, Jakarta, PPM, 2004.
- Cravens, David. W, *Pemasaran Strategis*, Jakarta, Erlangga, 1998.
- Hadi, Sutrisno, *Methodology Research*, jilid 2, Yogyakarta, Andi Offset. 2000.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran Indonesia, Analisis perencanaan, Implementasi, dan pengendalian*, buku ke 2, Jakarta, Salemba Empat, 2001.
- Miles Matthew B. dan A. Michael Huberman, *Analisis Data kualitatif*, penerjemah: Tjejep Rohendi Rosidi, Jakarta, Ui-pers, 1992.
- Moloeng Lexi, *Metodelogy Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2001.
- Moore, Frazier H, *Hubungan Masyarakat: Prinsip, Kasus dan Masalah (satu)*, penerjemah: Liliawati, Trimono dan Deddy Djamiludin Malik, Bandung, Remaja Rosdakarya, 1987.
- Oemi, Abdurrahman, *Dasar-Dasar Public Relation*, Alumni Bandung, 1989.
- Rahmadi, *Public Relation Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- Rakhmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 1998.
- Sulaksana, Ujung, *Integrated Marketing Communicatioan teks dan kasus*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2003.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta, Andi, 2001.
- Winardi, *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*, Bandung, Mandar Maju, 1992.