

**STRATEGI PROMOSI *EVENT* PEKAN BUDAYA  
TIONGHOA DALAM MEMPERKENALKAN KETANDAN  
SEBAGAI KAWASAN *CHINA TOWN* DI KOTA  
YOGYAKARTA**

*PROMOTION STRATEGY OF EVENT PEKAN BUDAYA  
TIONGHOA IN INTRODUCING KETANDAN AS A CHINA TOWN AREA IN  
YOGYAKARTA*

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:  
Puri Puranti  
20050530086**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2009**

## DAFTAR ISI

	<i>Page</i>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTO.....	iv
DEDIKASI.....	v
KATA PENGANTAR .....	
DAFTAR ISI.....	
LAMPIRAN.....	
ABSTRAKSI .....	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Kerangka Teori.....	6
1. <i>Event</i> .....	7
2. Strategi Promosi untuk Mengkomunikasikan <i>Event</i> .....	9
3. Media Promosi untuk Mendukung <i>Event</i> .....	12
F. Metode Penelitian .....	15
1. Jenis Penelitian.....	15
2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	15

3. Obyek Penelitian .....	16
4. Informan Penelitian .....	16
5. Teknik Pengumpulan Data .....	17
6. Teknik Analisis Data .....	18
BAB II DEFINISI SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN .....	21
A. Ketandan sebagai Kawasan Pecinan di Yogyakarta .....	21
B. Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta .....	33
BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN .....	46
A. PENYAJIAN DATA .....	46
1. Perencanaan <i>Event</i> Pekan Budaya Tionghoa .....	46
2. Pelaksanaan <i>Event</i> Pekan Budaya Tionghoa .....	59
B. ANALISIS DATA .....	68
1. Perencanaan <i>Event</i> Pekan Budaya Tionghoa .....	68
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	87
A. KESIMPULAN .....	87
B. SARAN .....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

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

**ABSTRAKSI**

**Puri Puranti  
20050530086**

**Strategi Promosi *Event* Pekan Budaya Tionghoa dalam memperkenalkan Ketandan sebagai kawasan ‘China Town’ di Kota Yogyakarta  
Tahun Skripsi: 2009 + 101 hal + 23 hal lampiran + Daftar Kepustakaan: 10 buku.**

Studi ini menganalisa tentang kegiatan-kegiatan promosi event Pekan Budaya Tionghoa IV dalam memperkenalkan Ketandan sebagai kawasan ‘China Town’ kepada masyarakat Yogyakarta dan warga masyarakat Tionghoa karena generasi muda Tionghoa saat ini banyak yang tidak mengenali budaya mereka sendiri. Penting bagi mereka untuk mengenali kembali kebudayaan mereka sendiri melalui event Pekan Budaya Tionghoa ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi event Pekan Budaya Tionghoa dalam memperkenalkan Ketandan sebagai kawasan ‘China Town’. Peneliti menggunakan metode kuantitatif untuk menggambarkan pelaksanaan event Pekan Budaya Tionghoa dalam memperkenalkan Ketandan sebagai kawasan ‘China Town’. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk menganalisa data, peneliti menggunakan teknik kualitatif (*qualitative technique*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan event PBT IV berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan dengan *audience* sasaran adalah masyarakat Yogyakarta dan masyarakat Tionghoa dan tujuan komunikasinya adalah untuk membangkitkan memori masyarakat Tionghoa bahwa kawasan Ketandan adalah kawasan pecinan yang bersejarah dan perlu dilestarikan. Kegiatan promosi dijalankan dengan baik walaupun masih ada yang kurang efektif. Kegiatan promosi yang dilakukan adalah dengan beriklan melalui penyebaran brosur di tempat-tempat beribadah dan tempat-tempat perkumpulan orang-orang Tionghoa. Kegiatan promosi juga dilakukan melalui media cetak; surat kabar *Kedaulatan Rakyat (KR)* dan elektronik; radio dan televisi. Sedangkan spanduk dipasang di sudut-sudut kota Jogjakarta, seperti di jalan Pajeksan, perempatan tugu, dan jalan Ahmad Yani. Sponsor yang mendukung PBT IV adalah jamu Sido Muncul, Natasha *Skin Care*, dan Esia. Sedangkan press conference dilakukan dengan bekerjasama dengan Badan Informasi Daerah (BID) Yogyakarta

**Kata kunci : Promosi, Event, China Town, Ketandan, Pekan Budaya Tionghoa**

