

## ABSTRAKSI

Promosi merupakan faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Betapapun berkualitasnya sebuah produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Situasi dan kondisi persaingan pasar akhir- akhir ini semakin ketat, hal itu ditandai dengan banyaknya perusahaan serupa yang meluncurkan produk sejenis dengan keunggulan masing- masing. strategi promosi yang tepat, demi kelangsungan hidup sebuah perusahaan.

Hal ini membuat perusahaan memerlukan sebuah sarana yang efektif untuk mempromosikan produknya agar diketahui oleh khalayak luas. Salah satunya dengan membuat sebuah *event* yang diharapkan mampu menjembatani antara pihak konsumen dan pihak produsen. *Event* adalah salah satu kegiatan promosi, sedangkan promosi itu sendiri merupakan bagian kegiatan dalam pemasaran yang berfungsi sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, maka PT. NUTRIFOOD INDONESIA membuat program kegiatan promosi dalam bentuk event yaitu sebagai usaha untuk memperkenalkan produk susu L-Men kepada masyarakat, sehingga dapat meningkatkan target perusahaan serta produk yang dapat dikenal oleh publik sasaran.

Event L-Men Of The Year 2005 yang diselenggarakan mendapat sambutan yang positif dari masyarakat, hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya penonton dan peserta yang berpartisipasi pada event tersebut.

Tentunya sangat diharapkan dengan event L-Men OF THE YEAR 2006 ini akan menjadi momen penting selama kurun waktu satu tahun karena d mampu meningkatkan angka penjualan produk susu L-Men dibanding tahun- tahun sebelumnya. Bagi PT. NUTRIFOOD INDONESIA sebagai produsen dan khalayak masyarakat sebagai konsumen. Sebagai produsen ini merupakan teknik yang tepat untuk memasarkan produk susu L-Men, sedang bagi konsumen ini merupakan