

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Muhammad Muttaqien

Strategi Promosi majalah digital Bajigur Dalam *Event Design That Change* untuk mensukseskan kampanye OBAH (*Fight Blood Disorders*)

Tahun Skripsi: 2011 xiv + 130 Halaman

Daftar Pustaka: 15 Buku + 5 Sumber Internet

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi promosi majalah digital Bajigur dalam *event Design That Change* untuk mensukseskan kampanye OBAH (*Fight Blood Disorders*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh majalah digital Bajigur dalam *event Design That Change* untuk mensukseskan kampanye OBAH (*Fight Blood Disorders*). Sedangkan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi promosi *event* dan media promosi untuk mendukung *event*.

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kasus deskriptif kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah analisis data sebagai berikut: (1) Pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara dengan team promosi dan *creative event Design That Change*, dokumentasi dengan pengambilan potongan gambar dan foto-foto *event Design That Change*. (2) Reduksi data dengan meringkas secara sistematis hasil wawancara dan observasi yang telah digunakan. (3) Penyajian data dari hasil penelitian. (4) Kesimpulan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi majalah digital Bajigur dalam *event Design That Change* untuk mensukseskan kampanye OBAH (*Fight Blood Disorders*) adalah: (1) *Mengkampanyekan gerakan OBAH (Fight Blood Disorders)*. (2) menjadikan insan kreatif yang lebih peduli terhadap lingkungan sosial. Peneliti menyimpulkan tentang seluruh hasil penelitian dari proses awal hingga akhir, bahwa strategi promosi yang digunakan dalam *event Design That Change* telah berhasil mengajak para *designer* untuk melakukan *event* yang sosial