

**Strategi Promosi Event Organizer Prada Production Dalam
Penyelenggaraan Ajang Pencari Bakat Musik The Dreamband III.**

**PROMOTION STRATEGY OF EVENT ORGANIZER PRADA PRODUCTION
IN ORGANIZING THE DREAMBAND III MUSIC TALENT SEARCH EVENT**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

Bayu Sigit Prabowo

20030530070

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

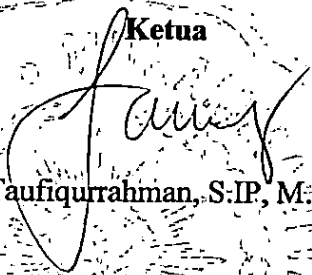
2009


Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

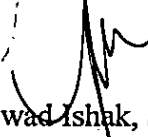
Pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 1 Agustus 2009
Tempat : R.Hibah

SUSUNAN TIM PENGUJI

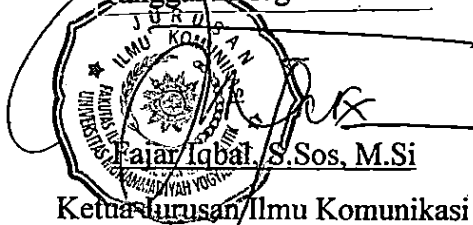
Ketua

Taufiqurrahman, S.IP, M.Si

Penguji I

Yeni Rosilawati, S.IP, SE, M.M.

Penguji II

Aswad Ishak, S.IP

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal 29 Agustus 2009.


Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran rahmat dan karunia Allah SWT yang diberikan penulis sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa salam senantiasa kita haturkan kepada Rosullullah SAW beserta sahabat dan keluarganya.

Akhirnya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Promosi Event Organizer Prada Production Dalam Penyelenggaraan Ajang pencari Bakat musik The Dreamband III" (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Strategi Promosi Event Organizer Prada Production Dalam Penyelenggaraan Ajang pencari Bakat musik The Dreamband III). Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Halangan, rintangan, do'a serta berbagai usaha maksimal telah dilakukan oleh peneliti untuk menyelesaikan dan memberikan sebuah karya yang terbaik. Namun peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini memerlukan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si selaku kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Taufiqurrahman S.IP, M.Si selaku Dosen pembimbing satu. Terimakasih ya pak, untuk segala hal yang dengan selalu sabar memberikan pengarahan bagi peneliti.

3. Segenap dosen jurusan Ilmu Komunikasi UMY
4. Segenap jajaran dan staf Prada Production, terimakasih telah memberikan ijin bagi peneliti untuk melakukan penelitian dan mengorek informasi di Prada production.
5. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi namun tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan adanya saran maupun kritik bagi pembelajaran dikemudian hari.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 28 Juli 2009

Bayu Sigit Prabowo

MOTTO

Dunia adalah komedi bagi mereka yang melakukannya, atau tragedi bagi mereka yang merasakannya. - Horace Walpole

**Ketahuiilah, apapun yang menjadikanmu tergetar, itulah Yang Terbaik untukmu !
Dan karena itulah, Qalbu seorang pecinta-Nya lebih besar daripada Singgasana-Nya. - Jalaludin Rumi**

Sesungguhnya seseorang bisa disebut mandiri bukan lantaran ia sudah tidak lagi meminta, tapi lebih karena ia sudah bisa memberi harapan akan kembali diberi. - Anonim

Cinta yang sejati tidak terletak pada apa yang telah dikerjakan dan diketahui, namun pada apa yang telah dikerjakan namun tidak diketahui. - Anonim

Tak ada orang yang terlalu miskin sehingga tidak bisa memberikan pujian. - Anonim

Kesehatan selalu tampak lebih berharga setelah kita kehilangannya. - Jonathan Swift

Kita tidak bisa menjadi bijaksana dengan kebijaksanaan orang lain, tapi kita bisa berpengetahuan dengan pengetahuan orang lain. - Michel De Montaigne

Seorang konsultan psikologi paling jenius sekalipun tidak lebih mengerti tentang pikiran dan keinginan kita lebih daripada diri kita sendiri. - Anonim

Do all the goods you can, All the best you can, In all times you can, In all places you can, For all the creatures you can. - Anonim

Yang terpenting dari kehidupan bukanlah kemenangan namun bagaimana bertanding dengan baik. - Baron Pierre De Coubertin

Hari ini Anda adalah orang yang sama dengan Anda di lima tahun mendatang, kecuali dua hal : orang-orang di sekeliling Anda dan buku-buku yang Anda baca. - Charles "tremendeous" Jones

Ketika satu pintu tertutup, pintu lain terbuka; namun terkadang kita melihat dan menyesali pintu tertutup tersebut terlalu lama hingga kita tidak melihat pintu lain yang telah terbuka. - Alexander Graham Bell

Jenius adalah 1 % inspirasi dan 99 % keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras. Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan. - Thomas A. Edison

Sumber kekuatan baru bukanlah uang yang berada dalam genggam tangan beberapa orang, namun informasi di tangan orang banyak. - John Naisbitt

Uang merupakan hamba yang sangat baik, tetapi tuan yang sangat buruk. - P.t. Barnum

Karya ini Ku persembahkan untuk :

Ibuku tercinta

Bapak

Kakakku satu-satunya

My sweet girl dan kedua calon mertuaku,hehe

Everyones who loves me

TERIMA KASIH SAYA KEPADA

- ALLOH SWT, Nabi MUHAMMAD SAW serta para sahabat.
- My parents yang selalu memberi dukungan baik spiritual maupun financial, maafkan anakmu ini yang telah menghambur-hamburkan uang kalian.
- My only one brother (mas puguh) and his only one wife (mbak fifin), thankz bro, for all your support, buatkan aku ponakan yang cakep,hehe.
- Mbah kung ama mbah uti, sehat yah.
- Genduuut,finnaly I reached this, luv u so, thanks for everything you gave.
- Buat pak mat dan bu eti, maaf udah bkin kalian resah dan gelisah, tapi demi kalian juga saya sampai disini, makasih buanyakk.
- To all my best forever friends, cuwiw, dhila, ucok, chanwie, lala, sarie, nanda, soleh, hwenk, semuanya pokoknya, thank God I have you all.
- Seluruh rekan seperjuangan IK'O3 khususnya kelas B (Satu-persatu kepompong telah menjadi ulat,,, kita berharap semoga salah satu diantara kita akan terlahir seekor Kupu-kupu cantik yang dapat memancarkan keindahannya,sorry mbur tak jiplak)
- Buat "seroja squad" (boms, simon, gembot, hwenk, gepeng, bayu, lan sapanunggalane), kita teriakkan keras2 lagu mahasiswa rantau.
- All crew WPI (wisma pondok indah) mulai dari brian, paul, bimo, win, bang mamat, jaya,acong, satria, pakros, kru burjo (emon&u'us), mski ada yang udah ga disini, gapapah, thankz guyz.
- Buat Wisnu alias gontenk, sudah rela menjadi penasehat mekanikal tanpa bayaran alias gratisan selama bertahun2, apa jadinya motorku tanpamu.
- Penduduk Ngadimulyo tercinta, mbak yati, mbak sum, pak bejo, ridwan,

- dian, bolenk, gendhel, penyo, kodok, lia "sibos"(miss u), miko mety, dan semuanya dari ujung selatan sampai utara yang mungkin tidak tersebutkan.
- Semua merk rokok yang pernah hinggap di mulutku dan mengisi paru-paruku (merokok dapat menyebabkan ide cemerlang dan tahan meleak,, survey membuktikan bahwa cukai rokok menyokong perekonomian dan pembangunan NKRI. So, fatwa MUI mohon di tinjau ulang.. hahaha..)(jiplak lg mbur,hehe)
 - Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membawaku sampai ke fase ini. Jangan berhenti Cetak generasi terbaik untuk negeri ini.
 - Semua temen-teman yang membantu dan mengenal saya dengan baik tapi tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Maaf ya kalo mungkin saya pernah ada salah dan terimakasih untuk dukungannya selama ini

Wassalam...

gembul_geela@yahoo.com

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kerangka Teori.....	4
1. Pengertian strategi.....	4
2. Komunikasi pemasaran.....	6
3. Promosi.....	7
a. Personal selling.....	9
b. Mass selling.....	10
c. Promosi penjualan.....	12
d. Public relation.....	14
e. Direct marketing.....	16
4. Event organizer.....	17



E. Metodologi Penelitian.....	21
1. Jenis Penelitian.....	21
2. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3. Teknik Analisis Data.....	23
4. Lokasi Penelitian	24
5. Waktu Penelitian.....	24
BAB II GAMBARAN UMUM PRADA PRODUCTION.....	25
A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	25
B. Struktur Organisasi Perusahaan.....	27
C. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan.....	29
D. Kegiatan Usaha Perusahaan.....	31
1. Kegiatan Prada Production.....	31
2. Pemasaran Prada Production.....	37
BAB III DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	40
A. Deskripsi data.....	40
1. Kegiatan Promosi	43
a. Perencanaan.....	45
1) Mengidentifikasi audiens sasaran.....	45
2) Menentukan tujuan komunikasi.....	46
3) Merancang pesan yang akan disampaikan.....	47
4) Memilih saluran komunikasi.....	48

5) Mengalokasikan total anggaran promosi.....	49
b. Pelaksanaan Promosi.....	51
1) Periklanan.....	51
2) Penjualan Personal.....	54
3) Humas dan Publisitas.....	55
c. Evaluasi.....	57
B. Analisis Data	
1. Kegiatan Promosi	59
a. Perencanaan.....	59
1) Mengidentifikasi audiens sasaran.....	60
2) Menentukan tujuan komunikasi.....	60
3) Merancang pesan yang akan disampaikan.....	61
4) Memilih saluran komunikasi.....	63
5) Mengalokasikan total anggaran promosi.....	64
b. Pelaksanaan Promosi.....	65
1) Periklanan.....	65
2) Penjualan Personal.....	66
3) Humas dan Publisitas.....	67
c. Evaluasi.....	68

BAB IV PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN