

ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta
Social Science and politics of Faculty
Communications Science of Departement
Advertising of concentration
Bayu Sigit Prabowo
Promotion Strategy of Event Organizer Prada Production in Organizing The
Dreamband III Music Talent Search Event
(Qualitative Descriptive Study about Promotion Strategy of Event Organizer Prada
Production in Organizing The Dreamband III Music Talent Search Event)**

Tahun Skripsi : 2009 xiv + 75 halaman
Daftar Pustaka : 15 buku + 2 online (2008).

This study seeks to analyze Promotion Strategy of Event Organizer Prada Production in Organizing The Dreamband III Music Talent Search Event

Goal of this research is to know how the campaign Promotion Strategy of Event Organizer Prada Production in Organizing The Dreamband III Music Talent Search Event

Theoretical framework used in this research is four. The first theory is strategy. The second is marketing communications. Third is promotion. The last theory is the event organizer.

Research methods used in this research is descriptive qualitative research, namely the type of data that results in a descriptive form of words written or oral of people and behavior that can be observed. Location of research taking place in central office of Prada Production. Teknik collecting the data used is depth interviews and documentation. Technical analysis of the data used in this research is the analysis of qualitative data. Analysis of qualitative data is based on the data obtained and the theoretical framework.

Conclusions from the results of this research is that the strategy of the campaign carried out by Prada Production is in conformity with the existing theory, although not entirely. And there are still some mistakes made by Prada Production.

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Bayu Sigit Prabowo

Strategi Promosi Event Organizer Prada Production Dalam Penyelenggaraan Ajang

Pencari Bakat Musik The Dreamband III

Tahun Skripsi : 2009 xiv + 75 halaman

Daftar Pustaka : 15 buku + 2 online (2008).

Studi ini menganalisa strategi promosi yang dilakukan oleh Prada Production dalam penyelenggaraan The Dreamband III

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah strategi promosi event organizer Prada Production dalam penyelenggaraan ajang pencari bakat musik The Dreamband III

Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini ada empat. Teori yang pertama adalah strategi. Yang kedua adalah komunikasi pemasaran. Yang ketiga adalah promosi. Dan yang terakhir adalah event organizer.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dimana penulis hanya memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak mencari atau menjelaskan hubungan tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Lokasi penelitian dikantor pusat Prada Production. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Analisis data kualitatif berdasarkan pada data yang didapat dan disesuaikan dengan kerangka teori.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa promosi yang dilakukan oleh Prada pada dasarnya sudah sesuai dengan teori yang ada, meski tidak secara keseluruhan. Dan masih ada kesalahan yang dibuat oleh Prada.