

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

Tri Astuti
20050530058

Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Humas dan Informasi Kabupaten Bantul Dalam Memasarkan Stand Pada Event Bantul Ekspo 2008 Tahun Skripsi: VIII + 125 hal + 11 tabel + 1 bagan + 24 lampiran, Daftar Kepustakaan ; 11 buku (1987 – 2003)

ABSTRAK

Bantul Ekspo merupakan wahana pemberdayaan masyarakat dalam memanfaatkan potensi, inovasi, dan kreatifitas guna menciptakan kemandirian daerah. Bantul Ekspo merupakan agenda tahunan Kabupaten Bantul yang melibatkan banyak kalangan yang ada dalam lapisan masyarakat. Agenda tahunan Pemerintah Kabupaten Bantul bukan sekedar pameran dan sosialisasi hasil-hasil pembangunan, tetapi lebih dari itu, di yakini memberikan ruang dan waktu bagi masyarakat Bantul untuk menampilkan potensi terbaiknya. Bantul Ekspo dilaksanakan sejak tahun 2000 dan senantiasa mendatangkan manfaat dan keuntungan bagi para perajin dan pedagang kecil yang menjadi peserta utamanya. Bantul Ekspo pada perkembangannya mengalami kemajuan yang mampu mengangkat citra Kabupaten Bantul. Pada mulanya Bantul Ekspo di gelar di lapangan Dwi Windu, namun pada perkembangannya Bantul Ekspo di pindah di Pasar Seni Gabusan. Bantul Ekspo diselenggarakan oleh Kantor Humas dan Informasi Kabupaten Bantul yang bekerjasama dengan Dinas-dinas atau Instansi yang ada di Kabupaten Bantul. Mengacu pada penjabaran diatas, maka peneliti yang diambil adalah penelitian deskriptif kualitatif yakni, suatu metode penelitian pada kasus intensif dan mendetail, kasus yang diselidiki dapat terbatas pada satu orang, satu lembaga maupun peristiwa yang dipandang sebagai kesatuan unit serta merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. Keberhasilan usaha, pemasaran stand pada event Bantul Ekspo di dukung adanya suatu Strategi Komunikasi Pemasaran yang tepat, yaitu dengan menggunakan media cetak maupun elektronik serta dialog interaktif serta menggunakan media luar ruang diantaranya baliho, leaflet, serta surat edaran, untuk mencapai suatu tujuan yaitu mendorong masyarakat luas khususnya masyarakat Bantul untuk menyewa Stand pada Event Bantul Ekspo, semua itu tak terlepas dengan adanya beragam media promosi yang digunakan antara lain iklan, promosi konvensional, pemasaran langsung, publikasi dan

MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA
THE POLITICAL AND SOCIAL FACULTY
CONCENTRATION IN PUBLIC RELATIONS

TriAstuti

20050530058

Strategic Marketing Communications and Public Relations Agency Information of Bantul Distric Office in Market Stand in the Bantul Ekspo 2008, Event Year Skripsi: 2009 VIII +116 p. +10 + table + chart 1+24 attachment, list Kepustakaan; 11 books (1987-2003)

“ABSTRACT”

Bantul Ekspo is a vehicle to empower the community in utilizing the potential, innovation, and creativity to create regional autonomy. Bantul Ekspo agenda is the annual Bantul involving many of the existing layer in community. Agenda Annual Government of Bantul Regency is not just the exhibition and dissemination of development results but more from that, is believed to provide space and time for the community to show the best potential of Bantul. Bantul Ekspo carried out since 2000 and always bring the benefits and advantages for the craftsman and small traders who are the main participants. Bantul Ekspo on the development progress that is able to lift the image of Bantul Regency. Initially held in the Bantul Ekspo Dwi Windu Bantul but on the development Ekspo moved in Gabusan. Bantul Ekspo Art Market held by the Public Relations and Information Office of Bantul Regency is working with the Officess or the Bantul Distric Office. Explanation refer to the above, then the research is taken descriptive qualitative research that is, a method in the case of intensive care and play, a case can be limited to one person, one institution or event that is seen as a unit and the unit is a procedure that produces research data descriptive form of words written or oral of people and actors who can be observed. The success of marketing efforts stand in the event of Bantul Exposition supported the existence of a marketing communications strategy right, using print and electronic media, as well as interactive dialogue and the use of outdoor media such as billboards, leaflet, and circulars, to achieve a goal of encouraging the wider community, especially the people of Bantul to rent booths at the event Bantul Exposition, it was all off with a variety of promotional media used include advertising, sales promotion, direct