

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Public Relation

## ABSTRAKSI

Vina Dyah Noor Elisia  
20040530273

**Strategi Promosi Event Pertunjukan Humor**  
( Studi deskriptif tentang Event Organizer Abad Entertainment dalam menarik minat pengunjung pada pertunjukan humor “ Java Ha..ha..ha..” Episode “ Opera Cinta Romiyet dan Julio “ )  
xii halaman depan; 162 halaman; 19 lampiran; 29 buku, 3 situs ( 1982-2009 )

“ *Java Ha..ha..ha..* “ merupakan sebuah pertunjukan humor yang mampu menunjukkan eksistensinya di dunia hiburan Yogyakarta selama kurang lebih 8 tahun dan telah menghasilkan karya hingga 23 episode. *Event* garapan Abad Entertainment yang berkolaborasi dengan Java Cafe & Resto ini selama perkembangannya telah menjadikannya sebagai *event* ikon humor di Yogyakarta. Sedangkan “ *Opera Cinta Romiyet dan Julio* “ merupakan salah satu episode spesial “ *Java Ha..ha..ha..* “ yang mampu menyedot pengunjung paling banyak jika dibandingkan dengan episode lainnya. Untuk itu, peneliti tertarik untuk meneliti strategi promosi yang digunakan penyelenggara dalam upayanya menarik minat pengunjung sebanyak mungkin untuk menyaksikan *event* tersebut dengan menggunakan metode penelitian deskriptif tipe studi kasus melalui wawancara, catatan lapangan, serta penggunaan dokumen yang ada.

Untuk mencapai tujuan komunikasinya, Abad Ent. memanfaatkan strategi *Strength-Threat* ( S-T ), merupakan sebuah strategi yang memanfaatkan kekuatan ( *strength* ) yang dimiliki untuk menghadapi ancaman ( *threat* ) dari *event* tersebut, yaitu dengan menarik minat pengunjung melalui promosi. Strategi promosi tersebut merupakan hasil pemilihan dari beberapa alternatif strategi dengan menggunakan metode Matriks SWOT. Untuk mensukseskan strategi promosi tersebut, Abad Ent. memanfaatkan elemen-elemen dari bauran promosi, dan yang paling diandalkan untuk mempublikasikan *event* tersebut adalah melalui *direct marketing* / pemasaran langsung, yaitu dengan pemasaran *database* via *sms broadcast* atau *fax broadcast*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dengan mengumpulkan data dan menganalisisnya, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dijalankan oleh Abad Ent. dalam menarik minat pengunjung “ *Java Ha..ha..ha..* “ episode “ *Opera Cinta Romiyet dan Julio* “ sudah cukup berhasil. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang telah memenuhi target yang telah ditentukan sebagai tolok ukur keberhasilan dari *event* tersebut.