



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising
Niken Feny Apsari
44310010004

Manajemen event sebagai Taktik Komunikasi Pemasaran (study kasus pada perempuan inspiratif nova dalam meningkatkan citra merk)

ABSTRAK

Event adalah salah satu alat dalam komunikasi pemasaran. Event sebagai salah satu alat pemasaran mulai dilirik oleh perusahaan –perusahaan dalam melakukan promosi atas barang dan jasa mereka. Event memiliki pengaruh yang cukup besar dalam komunikasi pemasaran, karena keterlibatan target audience dalam pelaksanaannya, sehingga audience dan perusahaan atau organisasi penyelenggara event dapat berinteraksi langsung. Event adalah menciptakan dan mengembangkan sebuah kegiatan dengan tujuan mengumpulkan orang – orang di satu tempat, melakukan serangkaian aktivitas yang teratur untuk memperoleh suatu informasi atau menyaksikan suatu kejadian

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori enam dimensi dalam manajemen event, yang berisikan materi pemasaran, Transportasi dan Penyambutan, Nuansa suasana dan Dekorasi, Hidangan Makanan dan Minuman, Entertainment dan Souvenir..

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. dengan penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Dengan menggunakan penelitian studi kasus dan menggunakan triangulasi yang bersumber pada data.

Hasil Penelitian yang didapat dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber, lalu didapatkan hasil penelitian yang mengacu pada pra event, event dan pasca event.

Dalam pelaksanaan event tersebut didapatkan tujuan akhir untuk peningkata citra merk perusahaan.

Kata Kunci: Komunikasi pemasaran, Event, Citra Merk, Perempuan Inspiratif Nova