



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDY ADVERTISING &
MARKETING COMUNICATION

ABSTRAK

Nama : Mochammad Mirza
Nim : 44309010012
Judul : Strategi Special Event Entrepreneur Festival Universitas Mercu Buana Tahun 2013
Bibliografi : 72 halaman; 19 buku (1989 – 2012)

Special Event Entrepreneur Festival Universitas Mercu Buana tahun 2013 merupakan event pertama dan terbesar di Universitas Mercu Buana yang merupakan kegiatan kewirausahaan mahasiswa terdepan di Jakarta. Event ini. Event yang tergolong berhasil ini yang memiliki tujuan memberikan pengalaman kewirausahaan mahasiswa dan bertujuan meningkatkan kesadaran branding tentang Universitas Mercu Buana. Menarik Perhatian peneliti untuk mengetahui strategi keberhasilan dari event ini. Event Entrepreneur Festival Universitas Mercu Buana di selenggarakan oleh Pusat Kewirausahaan UMB.

Tinjauan Pustaka dari penelitian ini terdiri proses perencanaan Strategi event yang terdiri dari kegiatan komunikasi pemasaran, bauran promosi, analisis situasi jenis-jenis komponen komunikasi pemasaran, penjabaran secara lengkap tentang Event marketing, jenis-jenis event dan special event itu sendiri. Metode penelitian studi kasus dan sifat penelitian dengan pendekatan kualitatif, peneliti mendapatkan data-data melalui wawancara langsung dengan cara bertatap muka, terlibat/terjun langsung dalam event tersebut, di lengkapi oleh dokumen dari institusi serta studi pustaka.

Hasil penelitian ini dapat di ketahui bahwa event ENFest UMB 2013 melakukan perencanaan yang terbilang panjang, melakukan analisis awal seperti SWOT dan STP untuk mengetahui target market penyelenggaraan event ini yang bertujuan meningkatkan branding UMB. Strategi promosi yang digunakan seperti berupa Iklan di televisi, radio, media cetak, billboard, flyer, publikasi. Itu di jabarkan untuk mengetahui masalah serta upaya untuk mendapatkan hasil yang maksimal.