



Universitas Mercu Buana Jakarta

Fakultas Ilmu Komunikasi

Marketing Communication & Advertising

Nama : Aulia Wardah (44306110009)  
Judul : Strategi Promosi Event Adventure THRILLIN' Periode  
Desember 2010 – Maret 2011 Oleh PT. Airputih Insankreasi  
Bibliografi : i - x + 115 Halaman + 5 Bab + 40 Lampiran + tahun 1989-2009

#### ABSTRAKSI

*Event adventure THRILLIN'* merupakan salah satu ajang kegiatan petualangan yang berbeda dan baru terselenggara di Indonesia. *Event* ini menampilkan sebuah petualangan yang mengusung kekuatan, kecerdasan, serta *fun* secara seimbang. *Event adventure* ini diselenggarakan di Bali. Untuk *event party* nya dinamakan THRILLIN' *Beat*, untuk *event* utama itu sendiri dinamakan THRILLIN' *Quest*. Event ini diadakan supaya para khalayak mengetahui keberadaan *event adventure THRILLIN'* lalu ikut berpartisipasi dalam acara serta menginformasikannya dengan menggunakan alat promosi. Sebagai penyelenggara *event adventure THRILLIN'* ini adalah PT. Airputih Insankreasi.

Tujuan penelitiannya adalah Ingin mengetahui proses perencanaan strategi promosi *event adventure THRILLIN'* desember 2010 – maret 2011 oleh PT. Airputih Insankreasi. Metode penelitian yang dipakai adalah metode penelitian studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan metode yang dipakai tersebut maka pengumpulan datanya dengan melakukan wawancara yang mendalam dengan nara sumber. Fokus penelitiannya adalah bauran promosi, tujuan promosi, strategi promosi, STP dan analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan dalam *event adventure THRILLIN'* dengan menggunakan metode strategi tarik melalui media seperti *advertising, sales promotion, personal selling*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi yang dilakukan dengan menggunakan periklanan, promosi penjualan dan penjualan pribadi. Sarannya yaitu sebaiknya promosi yang dilakukan lebih diperbanyak dan ditingkatkan lagi sehingga mendapatkan hasil yang maksimal.