



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

**BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION &
ADVERTISING**

ABSTRAKSI

Nurfitriyani (44307010009)

“ Strategi Promosi PT.Global tv dalam Event Parade Global ”.

i – iv+ 90 halaman; 22 Lampiran; 2 Daftar Riwayat Hidup; Bibliografi; 20 Buku (1988 – 2009)

PT. Global TV adalah salah satu stasiun televisi swasta nasional di Indonesia yang mengudara secara terserial dari Jakarta. PT Global memiliki program event dengan menggunakan strategi promosi dalam meningkatkan rating penonton dari event parade global tv. Menarik perhatian peneliti untuk mengetahui sejauh mana sistem pemasarannya. Dari hal tersebut, peneliti memandang perlu untuk melakukan penelitian lebih jauh. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah ingin mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan dalam strategi promosi event parade global tahun 2011.

Tinjauan pustaka dari penelitian ini terdiri atas promosi sebagian dari kegiatan komunikasi pemasaran, bauran promosi, strategi promosi, analisis situasi, jenis-jenis strategi promosi dan event. Sedangkan pada tataran metodologis, peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif, peneliti mendapatkan data-data melalui wawancara langsung dengan cara tatap muka yang dilakukan kepada narasumber yang berkompeten, dilengkapi oleh dokumen dari perusahaan serta studi kepustakaan.

Dihasil penelitian dapat diketahui bahwa event parade global melakukan analisis awal, seperti SWOT dan STP untuk mendapatkan informasi yang tepat didalam event parade global.

Keberhasilan penggunaan strategi promosi event parade global yg dilihat dari bauran promosi yang digunakan yaitu advertising dengan menggunakan media advertising berupa ATL dan BTL dan kegiatan lainnya dapat ditingkatkan lagi, dengan melakukan evaluasi setiap tahapan kegiatan untuk mengetahui kendala atau masalah serta upaya-upaya pemecahan masalahnya. Sasaran atau harapan perusahaan diharapkan akan memperoleh hasil yang maksimal dalam kurun waktu sesuai dengan yang diharapkan.