



ABSTRAKSI

KURNIAWAN ADI PRABOWO (4430401 – 062)

Strategi Promosi PT. Global Informasi Bermutu Dalam Meningkatkan Jumlah

Penonton Dalam Indonesia Kids Choice Awards 2010

Bibliografi : 19 acuan dari tahun 1994 – 2007

Promosi merupakan aspek penting dalam bauran pemasaran. Promosi bertujuan untuk memperkenalkan dan memasarkan sebuah produk atau jasa. Dalam membuat sebuah promosi yang baik, diperlukan sebuah strategi yang tepat sesuai dengan tujuan promosi yang ingin dicapai. Event Indonesia Kids Choice awards juga perlu membuat sebuah strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan jumlah penonton dalam event tersebut. Hal ini terutama karena target sasaran dari event ini sangat segmented, yaitu anak-anak. Sehingga sebuah strategi promosi yang dibuat haruslah mampu mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi mengenai acara ini sesuai dengan apa yang dibutuhkan anak-anak, sehingga tujuan dari pelaksanaan promosi ini dapat tercapai.

Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Strategi Promosi PT. Global Informasi Bermutu dalam Meningkatkan Jumlah Penonton *Kids Choice Awards 2010*.

Konseptual pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi sebagai salah satu kegiatan promosi, bauran pemasaran, strategi promosi, analisa SWOT, STP, dan elemen-elemen promosi.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dimana teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui wawancara mendalam dan pengamatan secara langsung. Peneliti mendeskripsikan seluruh hasil penelitian yang peneliti dapatkan di lapangan sebagaimana adanya.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi promosi yang digunakan oleh Event Indonesia Kids Choice Awards 2010 dalam mempromosikan acara ini kepada target sasarnya untuk meningkatkan jumlah penonton, yaitu anak-anak. Indonesia Kids Choice Awards lebih menggunakan pull strategy dalam konsep strategi promosi yang digunakan, yaitu berupa iklan, baik di media cetak maupun elektronik, juga melakukan personal selling dengan melakukan kunjungan langsung di beberapa SD di wilayah jabodetabek. Event Indonesia Kids Choice Award ini menggunakan hampir semua elemen promosi, kecuali sales promotion. Elemen promosi yang digunakan adalah elemen advertising, Personal selling, Public relation, dan Direct Marketing.