



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marcomm and Advertising
Novi
44314110076

Strategi Promosi Event Mall Karawang Central Plaza Dalam Meningkatkan Pengunjung
Bibliografi : 5 Bab 65 Halaman + Lampiran + 22 Buku + 1 Internet

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Event yang dilakukan oleh Mall Karawang Central Plaza dalam meningkatkan pengunjung melalui Event Bulanan. Teknik analisis data dalam penelitian ini dengan langkah seperti Pengumpulan Data, Reduksi Data, Display Data dan Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan.

Objek dalam penelitian ini Mall Karawang Central Plaza (KCP) merupakan perusahaan property di bawah Galuh Mas group, dan dengan nama PT. Graha Buana Prima. mall KCP terletak di Jl. Galuh Mas Raya, Sukaharja, Telukjambe Timur, kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361.

Hasil penelitian ini adalah mall KCP adalah lokasi yang berada di tengah kawasan perumahan mandiri yang berada di pusat kota Karawang, sedangkan kelemahannya adalah adanya mall pesaing yang jaraknya walaupun tidak terlalu dekat tetapi bisa menjadi ancaman juga. Maka strategi event yang dipilih mall KCP adalah mengadakan event yang inovatif dan interaktif untuk menarik perhatian pengunjung untuk tetap mengunjungi dan menjadikan mall KCP sebagai pilihan tempat berbelanja dan menciptakan interaksi antara pengunjung dengan event yang diselenggarakan.

Dan berdasarkan sumber data yang telah didapat pada saat wawancara pengunjung yang datang mengunjungi mall KCP adalah keluarga untuk menghabiskan waktu bersama anak dan kebanyakan dari mereka untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, menghabiskan waktu bersama anak, dan tertarik karena event yang diadakan di mall KCP yang diketahui melalui billboard, social media, spanduk dan beberapa mengetahui dari teman. Pengunjung yang datang kebanyakan yaitu dari daerah sekitar mall KCP dan kebanyakan dari kelas menengah sampai kelas atas.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Event, meningkatkan Pengunjung.