



**STRATEGI PROMOSI *EVENT* NAMASTE FESTIVAL
DALAM MENARIK PEMINAT YOGA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

ARIE WIBOWO

44309110079

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2015**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI *EVENT* NAMASTE
FESTIVAL DALAM MENARIK PEMINAT YOGA
Nama : Arie Wibowo
NIM : 44309110079
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

Jakarta, 09 Februari 2015

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dewi Sad Tanti, S.Sos.,M.Si.)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI EVENT NAMASTE
FESTIVAL DALAM MENARIK PEMINAT YOGA**

Nama : Arie Wibowo

NIM : 44309110079

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

Jakarta, 09 Februari 2015

Ketua Sidang,
S.M. Niken Restaty, S.Sos., M.Si.

(.....)

Penguji Ahli,
Dr. Farid H., M.Si.

(.....)

Pembimbing,
Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.Si.

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI *EVENT* NAMASTE
FESTIVAL DALAM MENARIK PEMINAT YOGA**

Nama : Arie Wibowo

NIM : 44309110079

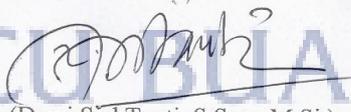
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi: *Marketing Communication and Advertising*

Jakarta, 09 Februari 2015

Disetujui dan Diterimaoleh,

Pembimbing

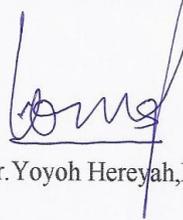
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dewi Säd Tanti, S.Sos., M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

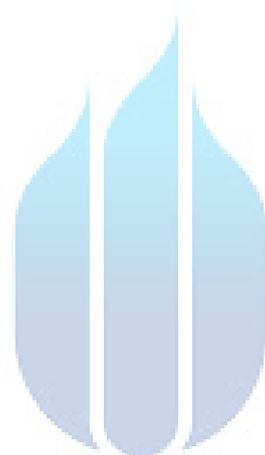


(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arie Wibowo
NIM : 44309110079
Program Studi : *Marketing Communication and Advertising*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 09 Februari 2015



Arie Wibowo

NIM: 44309110079

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan keridhaan-Nya, sehingga skripsi dengan judul *Strategi Promosi Event Namaste Festival Dalam Menarik Peminat Yoga* dapat terselesaikan dengan baik.

Untuk itu dengan segenap kebesaran hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam dalamnya kepada pihak – pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, dan segala dukungan baik dari segi moral maupun material :

1. Dewi Sad Tanti M.Si, selaku dosen pembimbing pada skripsi ini yang telah luar biasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, petunjuk, serta dorongan semangat kepada saya. Sehingga saya dapat memahami dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Dr. Agustina Zubair M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana. Terima kasih atas bimbingan dan arahnya kepada kami mahasiswa/i selama menempuh masa pendidikan di kampus tercinta ini.
3. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku Kaprodi Marcomm, Ira Purwitasari, S.Sos, M.I.Kom. selaku Wakaprodi Marcomm, serta segenap Dosen dan Staff Universitas Mercu Buana yang turut membantu selama pendidikan hingga skripsi ini selesai.
4. Keluarga (Devi, Aang, Ricky, Suci dan Dini) serta teman dekat (Ratih) atas dorongan semangat, air mata bahagia, dan doa yang tak pernah putus yang membuat saya selalu punya kekuatan untuk terus maju. Untuk adik saya Ricky

(my bro) yang saat ini sedang sakit stroke tapi tetap berusaha tersenyum dan menghibur saya untuk cepat menyelesaikan skripsi ini, dan teman dekat saya (Ratih) yang selalu memberikan penyemangat buat saya sejak saya memulai memasuki dunia kuliah sampai sekarang ini, membangunkan tidur saya di saat akhir pekan, menemani saya sampai malam membuat tugas – tugas.

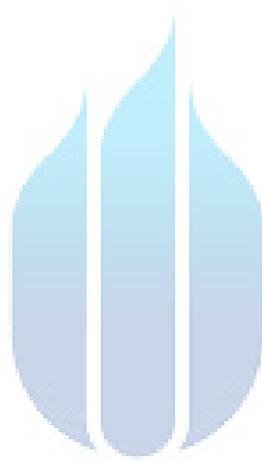
5. Sahabat terbaik (Dimas, Renal, Dwindi, Asha, Mba Tuning, Dinia, Arief, Putri, Indra, Uchu, Razi, Hertog dan semua sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya..i love you all guys) yang terus mendorong, memberikan semangat luar biasa, meluangkan waktu membantu memberikan informasi, sekaligus yang memberikan kekuatan, doa, dan dukungan untuk tidak menyerah dan mendorong untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
6. Teman-teman di Fikom Marcomm & Advertising Menteng tahun 2009 Angkatan 15 yang turut membantu memberi masukan bagi skripsi ini (terutama Mas Toki & pacarnya yang banyak meluangkan waktu buat saya),
7. Keluarga besar PT. Namaste Jaya Aditi khususnya kepada Ibu Anita Boentarmen, Ibu Ine Noor, Ibu Viky Bolang, Ibu Salena yang dengan senang hati bersedia membantu memberikan data-data yang diperlukan untuk penyelesaian skripsi ini.
8. Keluarga besar Dua Synergy Communications (Bang Abi, Mba Devi, Boy, Sherif, Oma dan Ichsan) yang telah memberikan kebaikan hati dukungan dan keuangan waktu untuk saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, yang tidak lain adalah karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Untuk itu peneliti mengahaturkan rasa maaf apabila terdapat berbagai kesalahan baik

dari isi maupun penyajiannya. Oleh sebab itu, diperlukannya kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, peneliti berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

Jakarta, Januari 2015

Arie Wibowo



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Akademis	10
1.4.2. Manfaat Praktis	10

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Pemasaran	11
2.2. Bauran Pemasaran	18
2.3. Strategi Promosi	20
2.4. Bauran Promosi	24
2.5. Acara (<i>event</i>) dan Pengalaman	28

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian	34
3.2. Metode Penelitian	36
3.3. Subyek Penelitian	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data	40
3.5. Teknik Analisis Data	42
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	42

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	
4.1.1.	Sejarah Singkat Namaste Festival	44
4.1.2.	Program Dalam Namaste Festival	47
4.1.3.	Visi dan Misi Namaste Festival	58
4.1.4.	Struktur Kepanitiaan Dalam Namaste Festival	58
4.2.	Hasil Penelitian	
4.2.1.	Konsep dan Ide Awal Penyelenggaraan Namaste Festival	59
4.2.2.	Objektif <i>Event</i> Namaste Festival	62
4.2.3.	Positioning <i>Event</i> Namaste Festival	64
4.2.4.	Target Pengunjung	66
4.2.5.	Penetapan Anggaran Promosi <i>Event</i> Namaste Festival	69
4.2.6.	Harga Tiket Masuk Yang Ditawarkan	70
4.2.7.	Tempat Penyelenggaraan <i>Event</i> Namaste Festival	72
4.2.8.	Strategi Promosi <i>Event</i> Namaste Festival	73
4.3.	Pembahasan	97

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	106
5.2.	Saran	
5.2.1.	Saran Akademis	108
5.2.2.	Saran Praktis	108

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran 1: Panduan pertanyaan wawancara 1

Lampiran 2: Panduan pertanyaan wawancara 2

Lampiran 3: Hasil wawancara 1

Lampiran 4: Hasil wawancara 2

Lampiran 5: Hasil wawancara 3

Lampiran 6: Hasil wawancara 4

Lampiran 7: Hasil wawancara 5

Lampiran 8: CV