

ABSTRAK



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising

Arie Wibowo
44309110079

Strategi Promosi *Event* Namaste Festival Dalam Menarik Peminat Yoga
Bibliografi: Buku 24 (2003 – 2014); Internet 2 (2014)

Strategi promosi yang tepat dan sesuai memungkinkan sebuah produk menjadi terkenal dan laris manis di pasaran. Begitupun sebaliknya, strategi promosi yang salah dan tidak sesuai dapat menyebabkan sebuah perusahaan mengalami kerugian yang besar. Seperti halnya *event* Namaste Festival yang merupakan *event* yoga tahunan berskala internasional, menjual tiket masuk kepada target pengunjungnya untuk datang ke *event* tersebut sebagai komoditi utamanya. Oleh karena itu Namaste Festival menerapkan strategi promosi agar dapat menarik minat pengunjung untuk hadir ke *event* tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimanakah strategi promosi *event* Namaste Festival dalam menarik minat pengunjung, dengan menggunakan landasan konsep teori strategi promosi dan bauran promosi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi promosi yang telah diterapkan oleh pihak penyelenggara dalam meningkatkan minat pengunjung untuk datang ke *event* Namaste Festival. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai aktivitas promosi apa saja yang telah diterapkan oleh PT. Namaste Jaya Aditi selaku pihak penyelenggara *event* Namaste Festival dalam meningkatkan minat pengunjung sebagai bagian dari strategi promosinya.

Setelah dilakukan analisa, diperoleh kesimpulan utama bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh pihak penyelenggara *event* Namaste Festival adalah dengan mengintegrasikan beberapa aktivitas promosi yang antara lain adalah; promosi penjualan, pemasaran langsung (*pre-event roadshow*, televisi, radio), *online marketing* / pemasaran interaktif (*website* dan sosial media), periklanan (televisi dan cetak), dan publisitas. Hasil penelitian ini juga menyimpulkan bahwa strategi promosi yang telah diterapkan memiliki peranan yang sangat penting dalam menarik minat pengunjung ke *event* Namaste Festival.