



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marcomm & Advertising
Ridho Mukhlisin
4431110127

STRATEGI PROMOSI EVENT BUKU KITAB ANTI BANGKRUT PT GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA TAHUN 2013

Bibliografi: 25 buku, (1995-2010)

ABSTRAK

Strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Strategi perusahaan merupakan suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. PT Gramedia Pustaka Utama memakai event sebagai salah satu promosi untuk buku-buku terbitannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi event yang dilakukan oleh PT Gramedia Pustaka Utama terhadap salah satu buku terbitannya yaitu Buku Kitab Anti Bangkrut. Metode yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan data sumber dan pengamatan di lapangan.

Peneliti menggunakan teori Marketing Mix, Bauran Promosi dan Strategi Promosi event yang menurut Kotler dan Amstrong (2003), promosi penjualan adalah intensif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari produk dan jasa. Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Hubungan antara *event* dan komunikasi pemasaran diistilahkan sebagai bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*) oleh Kotler (2000), termasuk promosi sebagai bagian dari 4 P, dan fungsi promosi ini dilakukan oleh bidang kajian promosi penjualan.

Hasil penelitian berisi penjabaran analisis STP, SWOT dan Strategi promosi dalam event tersebut. Dari jabaran tersebut dapat dinilai hasil event tersebut ternyata untuk meningkatkan penjualan dan brand awareness untuk si penulis yang dikemas sebagai special event.

Kata kunci : *Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Marketing Mix, Bauran Promosi, Special Event, Strategi Promosi Event, Buku Kitab Anti Bangkrut, Gramedia Pustaka Utama*



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marcomm & Advertising
Ridho Mukhlisin
44311110127

EVENT PROMOTION STRATEGY OF KITAB ANTI BANGKRUT BOOK PT GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA 2013

Bibliography: 25 books, (1995-2010)

ABSTRACT

The strategy is a plan that is united, broad and integrated strategy of excellence linking companies with environmental challenges and are designed to ensure that the company's main objectives can be achieved through appropriate implementation by the organization. Corporate strategy is a unified comprehensive plan, a comprehensive and integrated geared to achieve corporate objectives. PT Gramedia Pustaka Utama wear as a promotional event for the book release.

This study aims to determine the strategy event conducted by PT Gramedia Pustaka Utama against one of his publications, namely books Book Book Anti Bankrupt. The method used is deskriptif research with a qualitative approach. The technique of collecting data through interviews with source data and field observations.

Researchers used the theory of Marketing Mix, Mix Promotion and Promotion Strategy event which, according to Kotler and Armstrong (2003), sales promotion is an intensive short-term to encourage the purchase or sale of products and services. Sales promotions are short-term incentives to encourage the purchase or sale of products or services. The relationship between the event and marketing communications termed the marketing communications mix (marketing communication mix) by Kotler (2000), including the promotion as part of the 4 P, and this promotion functions performed by the field of study of sales promotion.

Results of the study contains the translation of STP analysis, SWOT and promotion strategy in the event. From these descriptions can be judged the results of the event turns out to meningkatkan sales and brand awareness for the author is packaged as a special event.

Keywords : *Communications, Marketing Communications, Marketing Mix, Special Event, Strategic event promotion, Kitab Anti Bangkrut Book, Gramedia Pustaka Utama.*