

**STRATEGI PROMOSI EVENT LAND OF LEISURES (LOL) SEBAGAI
EVENT INDUSTRI KREATIF LOKAL DALAM MENARIK
PENGUNJUNG**

SKRIPSI

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan



OLEH:

DWI NOVITA SARI

1900030397

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PROMOSI EVENT LAND OF LEISURES (LOL) SEBAGAI
EVENT INDUSTRI KREATIF LOKAL DALAM MENARIK
PENGUNJUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Gelar Sarjana Sastra Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan**

Oleh

DWI NOVITA SARI

1900030397

Telah disetujui oleh:

**Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diujikan**

Pembimbing



**Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A.
NIPM. 199306052018100111311335**

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PROMOSI EVENT LAND OF LEISURES (LOL) SEBAGAI
EVENT INDUSTRI KREATIF LOKAL DALAM MENARIK
PENGUNJUNG

SKRIPSI

Oleh
DWI NOVITA SARI

1900030397

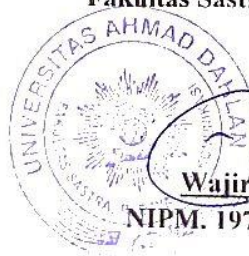
Skripsi ini telah dipertahankan di depan panitia ujian skripsi pada tanggal
17 November 2023 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh Gelar Sarjana Sastra Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan

SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Ketua : Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A.
Penguji I : Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si.
Penguji II : Muhammad Thoyib Amali, S.I.Kom., M.I.Kom.



Yogyakarta, 17 November 2023
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Dekan



Wajiran, S.S., M.A., Ph.D.

NIPM. 197912182003091110900733

PERNYAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Novita Sari
NIM : 1900030397
Email : dwi1900030397@webmail.uad.ac.id
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Judul : STRATEGI PROMOSI EVENT LAND OF LEISURES (LOL.)
SEBAGAI EVENT INDUSTRI KREATIF LOKAL DALAM
MENARIK PENGUNJUNG

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A.
NIPM. 199306052018100111311335



PERNYAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Novita Sari
NIM : 1900030397
Email : dwi1900030397@webmail.uad.ac.id
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Judul : STRATEGI PROMOSI EVENT LAND OF LEISURES (LOL.)
SEBAGAI EVENT INDUSTRI KREATIF LOKAL DALAM
MENARIK PENGUNJUNG

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A.
NIPM. 199306052018100111311335



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

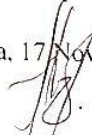
Nama : Dwi Novita Sari
NIM : 1900030397
Email : dwinovitaa240@gmail.com
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul tugas akhir : **STRATEGI PROMOSI EVENT LAND OF LEISURES (LOL) SEBAGAI EVENT INDUSTRI KREATIF LOKAL DALAM MENARIK PENGUNJUNG.**

Dengan ini saya menyerahkan hak Sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut

Saya (~~mengijinkan~~/~~tidak mengijinkan~~)* karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

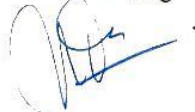
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 17 November 2023


Dwi Novita Sari

Mengetahui,

Pembimbing



Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A.

NIPM. 19930605201810011131133

MOTTO

**Lebih baik kehilangan sesuatu karena Allah
daripada kehilangan Allah karena sesuatu.**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Ilmu Komunikasi. Tugas Akhir skripsi ini saya persembahkan kepada:

Orang tua peneliti Bapak Budiyono dan Ibu Purwati yang telah memberikan dukungan dan kasih sayangnya yang tidak terhingga.

Kakak kandung peneliti Wachid Ristiyanto dan keluarganya, yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bapak dan Ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan yang telah banyak memberikan bantuan dalam proses pembelajaran.

Teman, Sahabat, dan Kerabat yang sudah selalu berada di sisi saya dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat hidayah dan karunia-Nya. Sehingga kita masih diberikan kesempatan untuk dapat menyelesaikan tugas dan juga kewajiban kita masing-masing. Tak lupa juga shalawat serta salam kita haturkan kepada Junjungan Besar Nabi Muhammad SAW.

Skripsi yang berjudul STRATEGI PROMOSI *EVENT* LAND OF LEISURES (LOL) SEBAGAI *EVENT* INDUSTRI KREATIF LOKAL DALAM MENARIK PENGUNJUNG ini merupakan suatu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menempuh gelar strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

Dalam melakukan penelitian terkait skripsi ini, tentu saja peneliti tidak dapat mengerjakan dengan maksimal tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini bisa selesai dan berjalan dengan lancar.
2. Prof. Dr. Muchlas, M.T., Selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
3. Wajiran, S.S., M.A., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
4. Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom., M.A. Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
5. Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan. Terimakasih telah memberikan waktunya untuk membimbing, memotivasi, dan memberikan ilmunya

kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
7. Orangtua saya tercinta Bapak dan Ibu yang selalu memberikan doa, support, sponsor, dan kasih sayang tidak terhingga sampai saat ini, terimakasih untuk segala hal untuk saya yang sedang berjuang meraih gelar sarjana. Semoga bapak dan ibu diberikan panjang umur, kesehatan, dan selalu dalam lindungan Allah SWT baik didunia maupun di akhirat kelak.
8. Kakak kandung saya Wachid Ristiyanto dan keluarganya yang selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Mas Reiner Rivan Hamdani, Kak Natasha Audrey, Kak Aning yang telah memberikan kesempatan saya menjadi bagian dari LOL dan sebagai narasumber untuk penelitian tugas akhir saya.
10. Kakak-kakak LOL 2023, Divisi Marcomm dan PR yang telah memberikan pengalaman dan membantu penelitian tugas akhir saya.
11. Tete saya Teh Ipii terimakasih untuk selalu support dan mendengarkan suka serta duka cerita hidup saya.
12. Terimakasih sahabatku Ayudia Salsabila telah membantu skripsi ini dari awal mencari judul, melakukan penelitian, sampai selesai.
13. Sahabat-sahabat aku Novian Tri Saputra, Selo Ardo Prayogo, Gege Imro, Auliao Fitri, Dita Pratiwi, terimakasih cerita dan perjalanan asiknya.
14. Teman-teman angkatan 2019 Ilmu Komunikasi terimakasih atas pengalaman dan cerita selama masa perkuliahan.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 10 November 2023

Dwi Novita Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Limitasi/Fokus Penelitian.....	5
F. Kajian Pustaka.....	6
1. Penelitian sebelumnya.....	6
2. Kerangka Teori.....	9
a. Strategi Promosi.....	9
b. Strategi Pemasaran STP (Segmentation, Targeting, Positioning).....	13
c. Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix).....	16
d. <i>Event</i>	24
G. Kerangka Pemikiran.....	27
H. Metode Penelitian.....	28
1. Jenis Penelitian.....	28
2. Lokasi/Objek Penelitian.....	28

3. Waktu Penelitian	28
4. Teknik Pengumpulan Data.....	29
5. Teknik Analisis Data	31
6. Teknik Validasi Data.....	32
BAB II DESKRIPSI UMUM.....	33
A. Sejarah Land Of Leisures (LOL)	33
B. Visi dan Misi	35
C. Logo Land Of Leisures (LOL).....	35
D. Tema Land Of Leisures.....	35
E. Tujuan Land Of Leisures.....	36
F. Sekretariat Land Of Leisures (LOL)	36
G. Struktur Organisasi Land Of Leisures	38
H. Job Description	39
I. Rangkaian Acara Land Of Leisures	41
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Hasil.....	47
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	49
2. Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	54
B. Pembahasan.....	68
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	68
2. Bauran Promosi.....	73
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 1.2 Kerangka Pemikiran.....	27
Tabel 2.1 Struktur Organisasi.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Land Of Leisures (LOL).....	4
Gambar 2.1 Logo Land Of Leisures (LOL)	35
Gambar 2.2 Pasar Kreatif fashion dan lifestyle	42
Gambar 2.3 Bazaar Kuliner	43
Gambar 2.4 Konser Musik.....	44
Gambar 2.5 Workshop.....	45
Gambar 2.6 Talkshow.....	45
Gambar 3.1 Akun Instagram LOL.....	56
Gambar 3.2 Iklan Instagram LOL	57
Gambar 3.3 Baliho LOL	57
Gambar 3.4 Promosi Penjualan LOL.....	59
Gambar 3.5 Sponsor LOL.....	64
Gambar 3.6 Aktivitas Public Relations LOL.....	62
Gambar 3.7 Whistlist Post Instagram	64

ABSTRAK

Event merupakan perangkat komunikasi yang banyak dimanfaatkan sebagai strategi dalam pemasaran. Dalam sebuah *event* tentu memiliki strategi komunikasi pemasaran yang menunjang sebuah *event* tersebut untuk mencapai visi menarik pengunjung melalui *event* yang dituju. *Event Land Of Leisures* atau biasa disebut LOL, merupakan acara tahunan sebagai perayaan para penggiat industri kreatif lokal di Yogyakarta. Dalam *event* ini terdapat penawaran yang dapat dikunjungi yaitu bazaar makanan, minuman, creative workshop, talkshow, seni, dan konser dari musisi-musisi indie Indonesia. *Event Land of Leisures* sudah diadakan sejak 2016 dengan mengusung konsep *creative curated market* dan senantiasa membuka ruang untuk industri kreatif di Yogyakarta. Peningkatan interest pengunjung LOL dari tahun ke tahun menjadikan *event* pesta industri kreatif di Yogyakarta semakin menyebarluas dan banyak minat pengunjung untuk mendatangi kembali.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dengan CEO & Project Director, Head Marketing Communication & PR, serta pengunjung *event* LOL, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dikaji dengan strategi komunikasi pemasaran yang terdiri dari segmentasi, targeting, dan positioning. Serta teori bauran promosi oleh Kotler dan Keller, dengan meliputi yaitu iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran mulut ke mulut, dan penjualan personal.

Hasil penelitian ini adalah acara Land Of Leisures melakukan strategi pemasaran dan promosinya sebagai acara industri kreatif lokal dalam menarik pengunjung dengan melakukan segmentasi, targeting, dan positioning dan teori bauran promosi yang meliputi iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran mulut ke mulut, dan penjualan personal.

Kata Kunci: *Event*, Industri Kreatif, Land Of Leisures

ABSTRACT

Event is a communication tool that is widely used as a strategy in marketing. In an *event*, of course, there is a marketing communication strategy that supports an *event* to achieve the vision of attracting visitors through the intended *event*. The Land Of Leisures *event* or commonly called LOL, is an annual *event* as a celebration of local creative industry activists in Yogyakarta. In this *event* there are offers that can be visited, namely food bazaars, drinks, creative workshops, talk shows, art, and concerts from Indonesian indie musicians. The Land of Leisures *event* has been held since 2016 with the concept of creative curated market and always opens space for creative industries in Yogyakarta. The increase in LOL visitor interest from year to year makes the creative industry party *event* in Yogyakarta more widespread and many visitors are interested in coming back.

This research uses a qualitative analysis method with a descriptive approach. The data collection techniques used were interviews with the CEO & Project Director, Head of Marketing Communication & PR, and LOL *event* visitors, observation, and documentation. This research was studied with a marketing communication strategy consisting of segmentation, targeting, and positioning. As well as the theory of promotion mix by Kotler and Keller, which includes advertising, sales promotion, *events* and experiences, public relations, direct marketing, interactive marketing, word of mouth marketing, and personal selling.

The result of this research is that the Land Of Leisures *event* conducts its marketing and promotion strategy as a local creative industry *event* in attracting visitors by segmenting, targeting, and positioning and promotion mix theory which includes advertising, sales promotion, *events* and experiences, public relations, direct marketing, interactive marketing, word of mouth marketing, and personal selling.

Keywords: *Event*, Creative Industry, Land of Leisures