

ABSTRAK

Tugas akhir ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diimplementasikan oleh Tribun Jogja dalam mempromosikan acara atau *event* yang telah diproduksi sebelumnya lalu mengklasifikannya ke dalam teori komunikasi pemasaran terpadu menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara, studi pustaka dan observasi partisipan. Penulis mengumpulkan data dari periode magang yang dimulai dari 8 Januari 2019 sampai 29 Maret 2019 di kantor Tribun Jogja yang berlokasi di Jalan Sudirman No. 52A Yogyakarta. Data yang dikumpulkan dianalisis lalu diklasifikasikan berdasarkan objektif untuk menjawab profil objektif dan analisis strategi marketing objektif. Penulis telah melakukan wawancara dengan Manager Divisi Promosi dan Event Organizer Tribun Jogja serta dengan Staff Promosi dalam Divisi Promosi dan Event Organizer Tribun Jogja. Penulis telah membaca buku dan artikel dari internet sebagai studi pustaka. Data yang didapatkan lalu dipelajari dan dianalisis dengan teori komunikasi pemasaran terpadu milik Philip Kotler dan Gary Armstrong serta disajikan secara detail dalam deskripsi dengan dukungan gambar dan tabel. Berdasarkan hasil observasi dan studi pustaka yang dilakukan oleh penulis, dalam mendukung kesuksesan acara yang dikerjakan oleh Divisi Promosi dan Event Organizer di Tribun Jogja, terdapat Staf Promosi yang bertugas membuat strategi dan mengeksekusi strategi komunikasi pemasaran. Berdasarkan observasi dan wawancara, penulis menemukan bahwa Staf Promosi dalam Tribun Jogja di Divisi Promosi dan Event Organizer telah mengimplementasikan konsep komunikasi pemasaran terpadu menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong yang terdiri dari lima alat komunikasi yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Staf Promosi di Tribun Jogja telah mengintegrasikan pemakaian dari kelima alat komunikasi tersebut dalam rangka mempromosikan acara yang diorganisir oleh Tribun Jogja sebagai event organizer.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Strategi, Promosi, Event Organizer, dan Tribun Jogja