

## ABSTRAK

Strategi promosi merupakan hal yang sangat penting bagi kemajuan suatu perusahaan dalam menginformasikan barang, jasa atau kegiatan yang ditawarkan perusahaan kepada masyarakat luas. Agar promosi mendapat hasil yang maksimal, diperlukan strategi yang efektif baik menggunakan media konvensional maupun media sosial. Sama halnya dengan PT Dyandra Promosindo Yogyakarta yang pada tahun 2018 mulai bergerak dari zona nyamannya dengan menyelenggarakan pameran *lifestyle* bertajuk Festivaland. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami konsep *event* Festivaland 2019, mendeskripsikan strategi promosi yang sudah diterapkan PT Dyandra Promosindo Yogyakarta dalam mempromosikan Festivaland 2018 dan bagaimana strategi yang dirasa efektif untuk penyelenggaraan Festivaland tahun berikutnya serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi saat melakukan kegiatan promosi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer berupa wawancara dan observasi sedangkan data sekunder berupa dokumentasi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa konsep Festivaland 2019 berupa “Industrial”. Strategi promosi yang digunakan pada tahun 2019 akan lebih mengutamakan promosi melalui media sosial dibandingkan media promosi konvensional, dan terdapat beberapa kendala yang dihadapi Divisi Promosi dalam mempromosikan *event* Festivaland yaitu keterbatasan anggaran, keterbatasan media promosi tidak berbayar dan kurangnya SDM dalam melaksanakan kegiatan promosi.

**Kata Kunci:** *Event*, Festivaland, Konsep *Event*, Kendala *Event*, PT Dyandra Promosindo Yogyakarta, Strategi Promosi

## ABSTRACT

*Promotion strategy is very important for the progress of a company in informing goods, services or activities offered by the company to the public. To get maximum results of promotion, effective strategies are needed both using conventional media and social media. This statement also reflected in PT Dyandra Promosindo Yogyakarta which in 2018 began to move from its comfort zone by holding a lifestyle exhibition titled Festivaland. The purpose of this research is to know about the concept of Festivaland 2019, describe the promotion strategy that has been implemented by Dyandra Promosindo Yogyakarta in promoting of Festivaland 2018 and realize how the effective strategy for organizing Festivaland next year. The research method used in this research is qualitative descriptive. The data sources in writing this research use primary and secondary data. The primary data obtained by observing and interviewing. While secondary data obtained by documentation of the company. The results of this study explain that Festivaland 2019 concept is "Industrial".. The promotion strategy used in 2019 will prioritize promotion through social media compared to conventional promotional media and there are several obstacles faced by the Promotion Division in promoting Festival events, specifically budget constraints, the limitations of unpaid promotional media and lack of Human Resources in carrying out promotional activities.*

***Keywords: Event, Event Concept, Festivaland, Obstacles Event, PT Dyandra Promosindo, Promotion Strategy***