

## INTISARI

Iklan dan publisitas merupakan media promosi yang kerap kali digunakan oleh perusahaan profit, tetapi pada praktiknya tidak hanya perusahaan bisnis saja, beberapa organisasi tertentu yang berstatus nirlaba turut memberikan sumbangsuhnya pada penggunaan media promosi (iklan dan publisitas). Seiring dengan kemajuan teknologi, inovasi perihal media promsoi semakin marak, ditambah dengan penggunaan internet yang semakin masif. Serta memungkin setiap kalangan menjangkaunya, memposisikan iklan dan publisitas sebagai ujung tombak pemasaran. Penelitian studi kasus ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fungsi maupun peran iklan dan publisitas jika ditinjau dari perspektif Cemeti sebagai organisasi nirlaba berbasis kesenian. Penelitian ini juga akan mengungkap alasan, mengapa penggunaan iklan dan publisitas justru digunakan oleh kelompok nirlaba yang memiliki tujuan berkebalikan dari perusahaan profit. Sedangkan pada umumnya media promosi berfungsi untuk menaikkan penjualan perusahaan. Dari hasil penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus di Cemeti, yang mengacu dari hasil wawancara dua informan Direktur Cemeti, dan Manajer Produksi Cemeti dan juga beberapa kajian pustaka yang relevan untuk mendukung penelitian ini. Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut : 1. Cemeti sebagai organisasi non profit turut memberikan sumbangsuhnya pada pemanfaatan medium promosi (iklan dan publisitas) yang berfungsi sebagai penopang gagasan, membangun citra organisasi, distribusi pengetahuan kepada publik dan eksistensi organisasi yang terbaca oleh publik lewat program-programnya sejak Cemeti berdiri tahun 1987 hinnga hari ini. 2. Kesadaran Cemeti atas penggunaan media promosi (iklan dan publisitas) dibuktikan dengan penggunaan model promosi dengan penggunaan medium internet (media sosial, *website*) sebagai *tools* yang mumpuni di era hari ini, yang memungkinkan distribusi informasi kea rah yang lebih luas.

## ABSTRAC

Advertising and publicity are promotional media that are often used by profit companies, but in practice not only business companies, certain non-profit organizations also contribute to the use of promotional media (advertisements and publicity). Along with technological advances, innovations regarding promotional media are increasingly rampant, coupled with the increasingly massive use of the internet. As well as enabling everyone to reach it, positioning advertising and publicity as the spearhead of marketing. This case study research aims to determine the function and role of advertising and publicity from the perspective of Cemeti as art-based non-profit organization. This study will also reveal the reasons why the use of advertising and publicity is actually used by non-profit groups who have the opposite goal of profit companies. Meanwhile, in general, promotional media functions to increase company sales. From the results of descriptive qualitative research with a case study approach at Cemeti, which refers to the results of interviews with two informants, Cemeti's Director, and Cemeti's Production Manager and also several relevant literature reviews to support this research. The conclusions are as follows: 1. Cemeti as a non-profit organization also contributes to the use of promotional media (advertising and publicity) which functions as a support for ideas, building an organizational image, distributing knowledge to the public and the existence of an organization that is read by the public through its programs. since Cemeti was founded in 1987 until today. 2. Cemeti's awareness of the use of promotional media (advertising and publicity) is evidenced by the use of promotional models using the internet (social media, websites) as powerful tools in today's era, which allows for a wider distribution of information.