

ABSTRAKSI

Judul : PENYELENGARAAN EVENT MODIF STATION 2009

Nama : Andriyani Amaliyah K.

NIM : D2C307003

Pemanfaatan *event* sebagai salah satu alat dalam komunikasi pemasaran saat ini mulai digunakan oleh kebanyakan perusahaan. Pemanfaatan *event* yang digunakan sebagai alat promosi perusahaan ini seringkali dinilai lebih efektif dibanding harus membelanjakan uang untuk beriklan di media massa. Keunggulannya dibanding dengan alat komunikasi pemasaran yang lain yaitu keterlibatan *target audience* secara langsung menjadi alat yang ampuh bagi perusahaan untuk mengenalkan *brandnya* lebih dekat kepada *target audience*. Selain itu melalui *event* juga bisa mendorong penyebaran aktivitas *word of mouth* tentang *brand* itu sendiri karena didalamnya melibatkan emosi *target audience*. Penyelenggaraan *event* oleh perusahaan ini biasanya dalam bentuk penyelenggaraan *event* oleh perusahaan itu sendiri maupun dalam bentuk sponsorship.

Menelaah penyelenggaraan *event* sebagai alat promosi, tim berencana menyelenggarakan *event* yang mempunyai tujuan komunikasi untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap jurusan Ilmu Komunikasi, Fisip, Undip. Dalam *event* ini melibatkan sponsor, dimana timbal balik yang akan diperoleh bagi sponsor adalah meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan pengetahuan masyarakat (*knowledge*) terhadap produk sponsor serta merangsang penjualan (*sales*).

Event dengan nama Modif Station 2009 berusaha mewujudkan tujuan penyelenggaraan *event* yang dilaksanakan dengan menggandeng komunitas tertentu. Modif Station 2009 merupakan *event* yang menggabungkan 3 macam lomba yaitu lomba modifikasi motor, lomba fotografi dan lomba dance dimana ada promosi yang tinggi terhadap jurusan ilmu komunikasi, Fisip, Undip. Pada saat pelaksanaan *event* Modif Station 2009 dipandu oleh MC yang interaktif yaitu MC selalu mengajak partisipasi pengunjung dan secara *continue* mengunjungi peserta lomba modifikasi yang berada di stand motor dan mewawancarai sponsor yang mengisi stand. Pesan tentang promosi Jurusan Ilmu Komunikasi intensif dikomunikasikan oleh MC. Salah satu yang dilakukan oleh MC adalah membuat *tagline* 'Komunikasi YESS'. *Tagline* ini wajib diucapkan oleh pengunjung dan peserta sebagai *password* untuk mengikuti *games* interaktif yang dipandu oleh MC. MC juga menyampaikan keuntungan-keuntungan bila kuliah di jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Undip, melalui *adlips* dan *testimonial* mahasiswa komunikasi FISIP, Undip. Salah seorang mahasiswa Komunikasi, FISIP, Undip diwawancarai oleh MC tentang pengalaman dan suka dukanya berkuliah di Komunikasi, FISIP, Undip. Selain itu MC juga membuat pertanyaan yang berisi seputar Jurusan Komunikasi, FISIP, Undip.

Indikator keberhasilan *event* secara keseluruhan diukur dari 4 indikator yaitu tingkat kepuasan; jumlah partisipan; periode waktu serta budgetting. Tingkat kepuasan diukur dari tingkat kepuasan peserta lomba; pengunjung; sponsor serta penyewa stand. Sedangkan jumlah partisipan diukur dari jumlah peserta lomba dan jumlah pengunjung modif station 2009.

Tak jauh berbeda dengan indikator keberhasilan *event* secara keseluruhan, indikator keberhasilan aktivitas komunikasi pemasaran diukur dari 4 indikator yaitu *advertising*, *public relation*, *graphic design*, dan *personal selling*. Keempat indikator ini diukur berdasarkan dampak dari masing-masing aktivitas tersebut yaitu jumlah pengunjung dan peserta. Sedangkan *public relation* tidak hanya diukur dari jumlah pengunjung dan peserta saja, tapi juga berdasarkan pemberitaan yang muncul yaitu melalui monitoring media dan persepsi pengunjung dan peserta atas *event* yaitu melalui kertas feedback.

Pelaksanaan *event* secara keseluruhan bisa dikatakan sukses, untuk lomba modifikasi motor diikuti oleh 66 peserta dengan 76 kelas lomba. Untuk lomba fotografi diikuti oleh 28 peserta sedangkan untuk dance competition diikuti oleh 8 kelompok dengan melibatkan 500 pengunjung.

Sponsor yang terlibat dalam *event* ini antara lain ASTRA Honda Motor, AXIS, Coca Cola, Omah Ngeprint, Kedai Digital, Green Java Digital Printing, Hotel Grasia dan media partner (Ototrend, TRAX FM, TVKU) dan para penyewa stand

Semarang, Desember 2009
Dosen pembimbing I,

Djoko Setyabudi, S.Sos, MM
NIP. 19731228.200501.1.001

