

# **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MATAYA ART AND HERITAGE PADA EVENT “PAMERAN KAIN NUSANTARA”**

Oleh:

Deky Seto Aji

2014071003

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan mengetahui bentuk strategi komunikasi Mataya Art and Heritage pada event kain nusantara.*

*Penelitian ini merupakan studi kasus karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan melibatkan penelitian studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah analisis deskriptif, Sumber data dalam penelitian ini adalah kata – kata dan tindakan yang diperoleh dari informan sehubungan dengan penelitian, kemudian dokumen atau sumber tertulis lainnya adalah data tambahan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif, Analisis dilakukan terhadap semua data yang diperoleh.dari hasil wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian meliputi : Sejarah berdirinya Mataya Arts And Heritage, Stuktur Organisasi Mataya Arts And Heritage, Manajemen Mataya Arts And Heritage, Visi Dan Misi Mataya Arts And Heritage, Kegiatan Event Budaya “ Cerita Kain tentang Kain “ / Kain Nusantara Surakarta Yang Diadakan Oleh Mataya Arts And Heritage, Strategi Komunikasi Pemasaran dengan Prinsip “Pertemanan”, Strategi komunikasi untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, Strategi pemilihan media promosi yang ada pada Event Organizer Mataya Arts And Heritage, kesimpulan dari penelitian ini ialah : Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Mataya Art And Heritage pada Event Kain Nusantara Di Surakarta, dan Media sosial yang digunakan “Mataya Art And Heritage” dan saran peneliti peneliti mengharapkan bisa sebagai masukan bagi Event Organizer “Mataya Art And Heritage” supaya bisa sebagai EO yg selalu sukses & jasanya selalu digunakan sang perusahaan – perusahaan pada melakukan kenaikan pangkat.*

*Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Studi Kasus, Analisis Deskriptif, Analisis Interaktif*

## **ABSTRACT**

*This research is a case study because this research uses a qualitative approach and involves case study research. The result of this research is descriptive analysis. Sources of data in this study are words and actions obtained from informants connected to research, while documents or other written sources are additional data. The data analysis technique used interactive analysis. Analysis was carried out on all data obtained from interviews and documentation. The results of the research include History of the establishment of Mataya Arts And Heritage, Organizational Structure of Mataya Arts And Heritage, Management of Mataya Arts And Heritage, Vision and Mission of Mataya Arts And Heritage, Cultural Event Activities " Cerita Kain tentang Kain " / Kain Nusantara Surakarta Held by Mataya Arts And Heritage, Marketing Communication Strategy with the "Friendship" Principle, Communication strategy to increase customer trust, Strategy for selecting promotional media in the Mataya Arts And Heritage Event Organizer. The conclusion of this research is the marketing communication strategy carried out by Mataya Art And Heritage at the Kain Nusantara Event in Surakarta, and the social media used "Mataya Art And Heritage" and the researcher's expected that it can be used as input for the Event Organizer "Mataya Art And Heritage" in order to they can be a successful Event Organizer and their services are always used by the company in doing promotions.*

*Keywords: Strategy, Communication, Case Studies, Descriptive Analysis, Interactive Analysis*

