

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *EVENT* GELAR SENI DI TERAS CIHAMPELAS OLEH PT RATU AULIA HANASTA

Oleh

Sella Sekar Tanjung

RINGKASAN

Auliacorp EO sebagai merek dagang dari PT Ratu Aulia Hanasta merupakan suatu organisasi profesional di bidang pelayanan jasa (*event organizer*) yang dapat menjembatani perusahaan klien dalam kegiatan promosi pemasaran. Berdasarkan kondisi lapang di Auliacorp EO, terdapat permasalahan terkait promosi pemasaran pada suatu destinasi wisata di Bandung yaitu Teras Cihampelas. DISKOP UMKM Kota Bandung mengajak Auliacorp EO bekerja sama untuk kembali mempromosikan Teras Cihampelas melalui berbagai *event* seni. Pada Laporan Tugas Akhir ini penulis menyampaikan tahap-tahap strategi komunikasi pemasaran, bentuk strategi komunikasi pemasaran dan jenis media promosi yang digunakan PT Ratu Aulia Hanasta dalam *event* gelar seni di Teras Cihampelas secara analisis deskriptif kualitatif melalui metode wawancara dan observasi. PT Ratu Aulia Hanasta menggunakan metode SOSTAC dalam melakukan tahap-tahap penyusunan strategi komunikasi pemasaran, sehingga berhasil mendatangkan wisatawan untuk kembali meramaikan Teras Cihampelas melalui *event* gelar seni dengan menerapkan strategi ACC, memasang poster iklan, melakukan *direct marketing*, membagikan *voucher* makanan kepada pengunjung Teras Cihampelas, melakukan *personal selling*, menciptakan *event and experiences*, dan melakukan pendekatan persuasif. Jenis media promosi yang digunakan yaitu media BTL, media TTL, dan *ambient media* seperti *banner*, Instagram, Youtube, dan Tokoh *Influencer*. Penerapan strategi komunikasi pemasaran melalui berbagai media promosi ini bertujuan untuk memberi informasi terkait daya tarik wisata yang ditawarkan melalui penyelenggaraan *event* seni dan menciptakan *core value* di Teras Cihampelas.

Kata kunci : Event Organizer, Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Promosi, Penyelenggaraan Event.