

ABSTRAK

Event Organizer merupakan salah satu bentuk usaha yang pada saat ini banyak dibutuhkan oleh masyarakat secara luas untuk mengelolah sebuah acara. CV. Putih Abu-Abu Production merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *Event Organizer* yang sedang mengalami pengembangan pesat khususnya di kota Yogyakarta. Sebagai perusahaan yang baru berdiri, tentunya harus memiliki perogram yang bagus dalam mempromosikan jasa maupun dalam menghadapi pesaing. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mendiskripsikan beberapa bentuk program komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan CV. Putih Abu-Abu Production dalam mendapatkan konsumen. Bentuk penelitian yang digunakan pada penelitian ialah penelitian secara kualitatif di mana data diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa progam komunikasi pemasaran yang diterapkan pada perusahaan ini adalah *Promotion Mix* yang terdiri dari (1) Periklanan (*Advertising*), (2) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), (3) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), (4) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), dan (5) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*). Walaupun CV. Putih Abu-Abu Production telah melakukan iklan dan promosi, akan tetapi perusahaan ini masih menitik beratkan pada penggunaan media sosial (*new media*) seperti twitter dan facebook sebagai sarana utama dalam meraih konsumen atau klien. Media sosial tersebut dapat dimanfaatkan dalam mempromosikan, memberikan informasi, inovasi dan juga beberapa info mengenai perusahaan sehingga konsumen dapat secara langsung meberikan kritik dan saran demi kemajuan perusahaan. Sampai saat ini, dengan kurun waktu hanya 5 (lima) tahun dan juga dengan program yang disusun semaksimal mungkin, CV. Putih Abu-Abu Production berada di bawah naungan Surat Kabar Tribun sebagai relasi kerja sama.

ABSTRACT

Event Organizer is one form of business which at this time much needed by large society to manage an event. CV. Putih Abu-Abu Production is one of the companies which active in the Event Organizer that experience rapid development, especially in Yogyakarta. As a newly existed company, of course, must have a good perogram to promote the service and to face competitors. The purpose of this research was to describe some forms of marketing communication programs which implemented by CV. Putih Abu-Abu Production to get consumers. Forms of research that used in this research was a qualitative research in which the data was gotten by interviews, observation and literature. The results of this research showed that the marketing communications program which is applied for this company is the Promotion Mix that consists of (1) Advertising, (2) Personal Selling, (3) Public Relations, (4) Sales Promotion, and (5) Direct Marketing. Although CV. Putih Abu-Abu Production has done advertising and promotion, but the company is still focused to use social media (new media) such as twitter and facebook as a primary means to get customers or clients. Social media can be used in promoting, giving information, innovations and also some information about the company, so that consumers can directly give the critique and suggestions for the progress of company. Until now, with five years only and also with the compiled program as much as possible, CV. Putih Abu-Abu Production is auspices of Tribun Newspaper as a relations of cooperation.