

## ABSTRAK

Mohammad Sihabuddin, B06206057, 2012. Strategi Promosi Event Surabaya Juang Dalam Memeriahkan Hari Pahlawan 2012 di Surabaya. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Event

Persoalan yang akan dikaji dalam skripsi ini adalah strategi dan langkah-langkah promosi yang dilakukan Surabaya Juang dalam memeriahkan hari Pahlawan di Surabaya.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode deskriptif kualitatif agar bisa menggambarkan dan mengungkapkan fakta dan data yang ada dalam promosi event Surabaya Juang dalam memeriahkan hari Pahlawan di Surabaya untuk diamati. Kemudian data tersebut dianalisis berdasarkan komunikasi pemasaran terpadu serta managerial event sehingga bisa mengungkap strategi promosi yang digunakan dalam pelaksanaan Event Surabaya Juang 2012.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) promosi Surabaya Juang dalam memeriahkan Hari Pahlawan 2012 di Surabaya adalah melakukan pendekatan kepada berbagai pihak untuk menjadi *stakeholder* dalam acara ini. Sehingga berbagai pihak tersebut bisa secara langsung memberikan sumbangsinya untuk terlibat dalam acara ini. Yang tentunya untuk menunjang keberhasilan menjalin relasi ini diperlukan pendekatan komunikasi secara persuasive terlebih dahulu. (2) penggunaan media dan sarana periklanan merupakan langkah yang ditempuh untuk mensosialisasikan informasi yang terkait dengan berjalannya acara Surabaya Juang 2012. Sehingga khalayak bisa dengan mudah mendapat informasi yang terkait dengan berjalannya acara tersebut.