ABSTRAK

Anifatul Jannah, NIM. B06211045 2011. Judul Komunikasi Pemasaran *Integrated Marketing Communications* (Studi Model DAGMAR oleh RH Colley pada Panitia Acara "*Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015" di UIN Sunan Ampel Surabaya).

Masalah yang diteliti dalam penelitian kualitatif ini adalah bagaimana tahapan kerja panitia sebelum menyelenggarakan acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 di UIN Sunan Ampel Surabaya, dengan menggunakan komunikasi pemasaran *integrated marketing communications* dengan model DAGMAR yang digagas oleh RH Colley pada panitia acara. Dan penerapan komunikasi persuasi yang menggunakan teori inokulasi.

Dalam menjawab fenomena permasalahan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan komunikasi pemasaran *integrated marketing communication* dengan teori model DAGMAR RH Colley, karena penelitian ini meneliti bagaimana panitia penyelenggara melakukan komunikasi persuasi dengan sistematis, sehinga dapat menyelenggarkan acara dengan nol *budget*. Untuk mendapatkan data-data dan fakta langsung (sesuai dengan kenyataan). Dimana subjek dari penelitiannya adalah panitia acara yang tau detail tentang proses pemasaran kegiatannya, untuk melihat komunikasi yang digunakan oleh para panitia acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015, yang terakhir menggunakan dokumen-dokumen yang digunakan untuk mendukung data-data penelitian lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi seorang penyelenggara event *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 dapat menarik stakeholder internal maupun eksternal dari kampus untuk mempercayai bahwa kegiatan ini sangat baik dilakukan. Sehingga kedepannya akan banyak kegiatan seperti ini untuk pemuda muslim, khususnya untu *al-Ghuroba* (remaja atau takmir masjid) yang memiliki usia produktif.

Hasil temuan dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwah sebuah event baru sama halnya seperti produk baru. Dalam pemasarannya hampir serupa, harus menggunakan model komunikasi yang lebih maju yakni menggunakan komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communications*) dalam pemasarannnya kepada khalayak luas.

Dari penelitian ini bisa disimpulkan bahwa komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communications*) dengan model DAGMAR RH Colley dengan terapan komunikasi persuasi dalam memasarkan acara, dapat efektif membantu penyelenggara kegiatan *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 mendapatkan peserta dan sponsor sesuai dengan harapan untuk menyelenggarkan acara dengan nol *budget*. Sehingga penerapan *integrated marketing communications* dan model DAGMAR ini menjadi senjata agar *event* ini dikenal dan dipercayai oleh banyak pihak untuk ikut berpartisipasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id