

ABSTRAK

STRATEGI PUBLISITAS PADA EVENT LAMPUNG POST GARDEN FEST VOL.II DI LAMPUNG POST

Oleh

FADILAH NUR RIA

Dalam acara tahunan yang diadakan oleh Lampung Post yang membantu membangkitkan UMKM yang ada di Bandar Lampung berupa produk atau jasa pasti membutuhkan suatu sarana dalam mempromosikan yaitu dengan melakukan kegiatan publisitas. Peran publisitas dalam mengajak para UMKM untuk bergabung dalam salah satu *event* yaitu Lampung Post Garden Fest Vol.II, selain itu ada juga beberapa perlombaan serta ada beberapa penampilan pendukung dalam *event* tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Publisitas melalui Event Lampung Post Garden Fest Vol.II Pada Lampung Post dalam memperingati salah satu hari besar yaitu Imlek serta untuk membantu membangkitkan UMKM di Bandar Lampung. Adapun untuk mendukung penelitian ini, teori dan konsep serta strategi yang digunakan penulis dalam pembuatan tugas akhir, yaitu *Public Relations*, komunikasi dan publisitas. Menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini terdapat hasil dari penerapan strategi publisitas sebagai salah satu upaya terhadap peningkatan minat publik terhadap *event-event* tahunan, keberhasilan strategi publisitas pada *Event* Lampung Post Garden Fest Vol.II tidak lepas dari peran divisi *Public Relations* dalam mempublikasikan kegiatan *Event* Lampung Post Garden Fest Vol.II melalui media sosial sebagai sarana promosi publisitas.

Kata kunci : *public relation, publisitas, strategi, event lampung post garden fest vol.II*

ABSTRACT

PUBLICITY STRATEGY AT LAMPUNG POST EVENT GARDEN FEST VOL.II AT LAMPUNG POST

By

FADILAH NUR RIA

In the annual event held by Lampung Post which helps revive UMKM in Bandar Lampung in the form of products or services, it definitely requires a means of promotion, namely by carrying out publicity activities. The role of publicity in inviting UMKM to join in one of the events, namely Lampung Post Garden Fest Vol II, besides that there were also several competitions and there were several supporting appearances in the event

This research aims to determine Publicity Strategy through Events Lampung Post Garden Fest Vol II At Lampung Post in commemoration of one of the big days, namely Chinese New Year and to help revive UMKM in Bandar Lampung. As for supporting this research, the theory and concepts and strategies used by the author in making the final assignment are Public Relations, communication and publicity Using descriptive qualitative methods. The results of this research are the results of implementing a publicity strategy as an effort to increase public interest in annual events. The success of the publicity strategy at the Lampung Post Garden Fest Event Vol II cannot be separated from the role of the Public Relations division in publicizing the Lampung Event activities. Post Garden Fest Vol II via social media as a means of publicity promotion.

Keywords : public relations, publicity, strategy, Lampung post garden fest event vol II