

ABSTRACT

Mita Indriani, 213106043. 2024. *The Implementation of Promotion Mix Strategy by Solo Menari Event Organizers 2024*. English Diploma III Program, Business Administration Department, State Polytechnic of Madiun.

Solo Menari Event shows various traditional and modern dances strategically and involves dancers from multiple regions who participate. The objective of final report is to know the implementation of the promotion mix strategy by Solo Menari Event Organizers 2024. The report used a qualitative descriptive method. The writer collected the data from observations, interviews, and documentation. The results showed that Solo Menari Organizers 2024 used five strategies: advertising in Solo Menari used social media, banner and radio, personal selling in Solo Menari with simple dance as pre-event activity at Gatsu Street and CFD, sales promotion in Solo Menari by giving certificate, open pre-order merchandise and SME, public relation or publicity in Solo Menari by inviting artist Endah Laras and collaborating with Ministry of Tourism and Creative Economy and KEN and the last doing direct marketing in Solo Menari with open call system. So, organizers Solo Menari has implemented the five points of this theory.

Keywords: *Promotion mix strategy, Solo Menari Event, Tourism.*

ABSTRAK

Mita Indriani, 213106043. 2024. *The Implementation of Promotion Mix Strategy by Solo Menari Event Organizers 2024*. Program Diploma III Bahasa Inggris, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun.

Event Solo Menari menampilkan berbagai tarian tradisional dan modern secara strategis dan melibatkan penari dari berbagai daerah yang berpartisipasi. Tujuan dari laporan akhir ini yaitu untuk mengetahui penerapan strategi bauran promosi oleh Penyelenggara Event Solo Menari 2024. Laporan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penulis mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelenggara Solo Menari 2024 menggunakan lima strategi: periklanan di Solo Menari menggunakan sosial media, banner dan radio, personal selling di Solo Menari dengan tarian sederhana sebagai kegiatan pra acara di Jalan Gatsu dan CFD, promosi penjualan di Solo Menari menggunakan sertifikat, open pre-order merchandise dan UMKM, humas atau publisitas di Solo Menari mengundang artis Endah Laras dan berkolaborasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan KEN, yang terakhir adalah pemasaran langsung di Solo Menari dengan sistem open call. Jadi penyelenggara Solo Menari sudah mengimplementasikan lima point dari teori tersebut.

Kata Kunci: *Strategi Bauran Promosi, Solo Menari Event, Pariwisata.*