



KOMUNIKASI PEMASARAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS “YOUNG MOSLEM ENTREPRENEUR CAMP (YOUMEC) 2015” DI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA)

Anifatul Jannah

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: anifatul@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 18 February 2016

Accepted 19 March 2016

Published 13 April 2016

Keyword:

*Komunikasi pemasaran,
young moslem
entrepreneur camp.*

Abstract

Artikel ini membahas tentang bagaimana tahapan kerja panitia sebelum menyelenggarakan acara Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015 di UIN Sunan Ampel Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi seorang penyelenggara event Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015 dapat menarik stakeholder internal maupun eksternal dari kampus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peneliti menemukan 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 pemasarannya kepada khalayak luas. Dengan menggunakan IMC maka pelaksanaan penyelenggara event Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015 dapat berhasil dan diminati oleh para mahasiswa.

Copyright © 2016 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

Corresponding Author:

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya

Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: jurnalilkom@uinsby.ac.id