

ABSTRAK

Angie Bianca (01061200006)

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN OLEH ORGANISASI PENDIDIKAN SENI PERTUNJUKAN ANAK-ANAK (STUDI KASUS PERUSAHAAN SENI PERTUNJUKAN HI JAKARTA PRODUCTION)

(xiii + 72 halaman: 11 gambar; 5 tabel; 4 lampiran)

Seni pertunjukan telah mengalami perkembangan yang signifikan seiring berjalannya waktu. Faktor-faktor tertentu telah turut mendorong kemajuan seni pertunjukan hingga saat ini. Pertumbuhan minat terhadap seni pertunjukan juga menciptakan berbagai organisasi yang didedikasikan untuk menyelenggarakan beragam seni pertunjukan seperti teater, musik, tarian, dan lain sebagainya. Meskipun banyak organisasi seni pertunjukan yang bermunculan, jarang ditemukan yang memiliki fokus anak-anak sebagai penampilnya. Salah satu perusahaan yang berfokus pada edukasi seni pertunjukan anak-anak adalah Hi Jakarta Production (PT. Gemilang Jaya Prestasi) dimana Hi Jakarta Production menawarkan proses pembelajaran edutainment. Sama seperti organisasi edukasi lainnya, Hi Jakarta Production juga memerlukan strategi pemasaran untuk mencapai tujuannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang digunakan oleh Hi Jakarta Production dalam memasarkan seni pertunjukan yang menghadirkan segmen pasar anak-anak. Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Hi Jakarta Production memiliki strategi pemasaran yang unik dalam mempertahankan posisinya sebagai perusahaan edukasi seni pertunjukan yang memiliki fokus terhadap anak-anak yang mana Hi Jakarta Production menggunakan menganalisis secara SWOT, mengembangkan 7P's, dan memberikan *value proposition* yang sesuai.

Kata kunci: Seni Pertunjukan Anak-Anak, Analisis Strategi Pemasaran, Pemasaran Digital di Seni Pertunjukan

Referensi: 43 (1998-2023)