

## ABSTRAK

*Event* merupakan salah satu strategi komunikasi yang banyak dimanfaatkan oleh perusahaan dan pemerintah untuk memperkenalkan suatu keunggulan diri atau produk yang dijual kepada khalayaknya. Pemanfaatan *event* sebagai alat promosi seringkali dinilai lebih efektif dari pada pengalokasian dana dengan media massa. Dalam merencanakan sebuah *event* istimewa tentu saja memerlukan persiapan yang matang, serta harus menggunakan strategi promosi yang tepat dan menarik pada khalayaknya. Sawahlunto Internasional Songket Carnival merupakan *event* tahunan yang sangat megah di Kota Sawahlunto yang diselenggarakan pertama kali pada 28-30 Agustus 2015 yang diprakarsai oleh walikota Sawahlunto Ali Yusuf. Acara yang sudah berumur 3 tahun ini diselenggarakan oleh kota Sawahlunto sebagai salah satu sarana untuk mempresentasikan dan memvisualisasikan potensi songket Sawahlunto yang sangat luar biasa berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat disana. Selain itu *event* ini juga sarana mempromosikan berbagai kerajinan masyarakat dan potensi pariwisata Kota Sawahlunto, Sumatera Barat dalam era masyarakat Ekonomi ASEAN. Namun Sawahlunto Internasional Songket Carnival masih mengalami kekurangan pada penanganan promosi, dan berpengaruh terhadap perubahan dari tahun ke tahun pada jumlah pengunjung yang ikut dan menyaksikan mayoritas hanya masyarakat lokal. Oleh karena itu butuh perbaikan dalam penanganan strategi promosi dengan khalayak yang telah ditentukan 18-35 tahun, perancangan ini berguna untuk meningkatkan citra acara Sawahlunto Internasional Songket Carnival. Dengan perancangan strategi promosi ini diharapkan dapat memberikan identitas visual khususnya pada *event* Sawahlunto Internasional Songket Carnival. Identitas ini nantinya akan bermanfaat bagi pengenalan atau promosi kota Sawahlunto kepada siapapun terutama kepada wisatawan baik lokal maupun *international* dan dilain hal dapat memberikan suatu keuntungan terhadap *event* kota yang diselenggarakan pemerintah kota Sawahlunto. Dari hasil penelitian ini adalah perancangan strategi promosi yang menggunakan bentuk strategi media AISAS, dari strategi media yang digunakan berfungsi sebagai media informasi dan berguna sebagai alat

memvisualisasikan acara Sawahlunto International Songket Carnival. Setelah melakukan penelitian dan observasi media promosi yang digunakan adalah, poster, billboard, flyer, Merchandise, web, video teaser. Dan melakukan sedikit tambahan rundown yaitu pra event guna untuk memperkenalkan dan menyampaikan informasi secara merata terutama di bagian pulau Sumatera.

Kata Kunci: Promosi, kebudayaan, *Advertising*, *Event*, Sawahlunto