

ABSTRAK

Cahyani, Loba Nur. 2025 *Strategi Komunikasi Bisnis Pengurus Karang Taruna dalam Meningkatkan Daya Beli Tiket Penonton Event Volley Fest Campus Local Glenmore 2025 (Studi Kasus : Desa Tegalharjo Glenmore Kabupaten Banyuwangi)* Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing H. Mohammad Thamrin Ir.,M.Si,

Kata kunci : karang taruna,tiket, voli fest

Strategi komunikasi bisnis mencakup pemahaman bahwa komunikasi yang efektif adalah kunci dalam membangun hubungan yang kuat antara pengurus karang taruna dan penonton. Pengurus karang taruna dapat memanfaatkan media sosial, promosi, dan sponsorship untuk mencapai target penonton yang tepat. Dalam konteks pengembangan komunitas, karang taruna sebagai organisasi pemuda berperan penting dalam menciptakan kegiatan yang positif dan menghibur. Event olahraga seperti turnamen voli fest memiliki potensi untuk menarik perhatian masyarakat, dan memahami strategi komunikasi bisnis yang efektif dapat membantu meningkatkan partisipasi dan penjualan tiket. Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif artinya penyusunan laporan ini menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menjelaskan dan dikemas menjadi satu untuk dapat ditarik kesimpulannya. Penelitian menggunakan teori komunikasi perilaku ,teori komunikasi bisnis, dan teori hubungan komunikasi bisnis dengan ekonomi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Faktor promosi media sosial, Sponsorship, dan biaya pendaftaran peserta, serta kehadiran reporter bar-bar merupakan strategi komunikasi bisnis pengurus karang taruna dalam meningkatkan daya beli tiket event voli fest campus local Glenmore 2025 yang mampu menarik minat penonton menjadi signifikan.

ABSTACT

Cahyani, Loba Nur. 2025 *Increasing Ticket Purchasing Power of Spectators of the 2025 Campus Local Glenmore Volleyball Fest Event (Case Study: Tegalharjo Glenmore Village, Banyuwangi Regency)* Thesis of the Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences. Muhammadiyah University of Jember. Advisor H. Mohammad Thamrin Ir., M.Si

Keywords: *youth organization, ticket, volleyball fest.*

Business communication strategies include the understanding that effective communication is key to building strong relationships between youth organizations and audiences. Youth organizations can utilize social media, promotions, and sponsorships to reach the right target audience. In the context of community development, youth organizations as youth organizations play an important role in creating positive and entertaining activities. Sporting events such as volleyball fest tournaments have the potential to attract public attention, and understanding effective business communication strategies can help increase participation and ticket sales. In this study, the author used a qualitative research type, meaning that the preparation of this report analyzes data by describing or explaining and packaging it into one so that conclusions can be drawn. The study uses behavioral communication theory, business communication theory, and the theory of the relationship between business communication and economics. The results of this study indicate that the factors of social media promotion, sponsorship, and participant registration fees, as well as the presence of bar-bar reporters are business communication strategies for youth organizations in increasing the purchasing power of tickets for the 2025 Glenmore Local Campus Volleyball Fest event which is able to attract significant audience interest.