UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Tussie Aulika (55206120022)

"Strategi Event Majalah Cita Cinta Dalam Menciptakan Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011)"

82 Halaman + 9 Lampiran + 35 Acuan (1998 - 2011) Bibliografi

ABSTRAKSI

Menjamurnya majalah di Indonesia membuat tingkat persaingan antar majalah semakin tinggi, sehingga majalah berlomba untuk mencari cara menarik perhatian pembaca. Salah satu cara yang dilakukan adalah membuat *event* atau acara tahunan yang menjadi acara khusus majalah tersebut. Diselenggarakannya acara tahunan oleh para pengelola majalah tersebut dimaksudkan agar para pembaca bisa mendapatkan pengalaman yang berbeda dengan pengalaman mereka selama ini (hanya sebagai pembaca). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran tentang strategi *event* yang dilakukan majalah Cita Cinta dalam menciptakan kepuasan pengunjung acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011.

Dalam pelaksanaan *event*, diperlukan suatu strategi *event* untuk mencapai target atau tujuan *event* yang telah ditetapkan oleh penyelenggara *event*. Pada penelitian ini, strategi yang digunakan adalah strategi promosi dan strategi marketing untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu melalui tahap *pra-event, event*, dan *pasca-event.*

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif, dengan pendekatan kualitatif yang memberikan gambaran atau penjabaran tentang kondisi empiris objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki. Metode penelitian yang digunakan adalah Studi Kasus. Teknik pengumpulan data berupa data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) yang bertujuan untuk mendeskripsikan hasil penelitian dengan melakukan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber dari tim penyelenggara acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011 yang mengetahui proses pelaksanaan acara tersebut, serta dengan melakukan observasi atau pengamatan secara langsung. Sedangkan data sekunder berupa dokumentasi dan data-data tertulis yang diperoleh dari panitia acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa majalah Cita Cinta dalam membuat strategi *event* Belanja Heboh Cita Cinta 2011 lebih menitikberatkan pada strategi promosi dan strategi marketing, yang mengacu pada konsep POAC (*Planning* atau Perencanaan*, Organizing* atau Pengorganisasian*, Actuating* atau Pelaksanaan, dan *Controlling* atau Pengawasan) dalam menciptakan kepuasan pengunjung.

http://digilib.mercubuana.ac.id/