



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI PENGELOLAAN *SPECIAL EVENT* “SHOP AND WIN”  
TAHUN 2015 DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* LIPPO  
MALL PURI BAGI *CUSTOMER***



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Strata 1 (S1)  
Sarjana Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun Oleh:  
**INDAH SAFITRI**  
**44211010070**

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA  
2015**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **STRATEGI PENGELOLAAN *SPECIAL EVENT* “SHOP AND WIN” TAHUN 2015 DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* LIPPO MALL PURI BAGI PELANGGAN.**

Nama : Indah Safitri

NIM : 44211010070

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 8 Oktober 2015

UNIVERSITAS  
Mengetahui,  
MERCU BUANA

**Pembimbing**

(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si.)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul : **STRATEGI PENGELOLAAN *SPECIAL EVENT* “SHOP AND WIN” TAHUN 2015 DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* LIPPO MALL PURI BAGI PELANGGAN**

Nama : Indah Safitri

NIM : 44211010070

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, September 2015

Mengetahui,  
Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Drs. Marwan Mahmudi, MSi)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : STRATEGI PENGELOLAAN *SPECIAL EVENT* “SHOP AND WIN” TAHUN 2015 DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* LIPPO MALL PURI BAGI PELANGGAN.

Nama : Indah Safitri

NIM : 44211010070

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 8 Oktober 2015

Ketua Sidang,  
(Dr. Elly Yuliawati, M.Si.)

(.....)

Penguji Ahli,  
(Ira Purwitasari, M.Ikom)

(.....)

Pembimbing  
(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si.)

(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : STRATEGI PENGELOLAAN *SPECIAL EVENT* “SHOP AND WIN” TAHUN 2015 DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* LIPPO MALL PURI BAGI PELANGGAN.

Nama : Indah Safitri

NIM : 44211010070

Fakultas : Ilmu Komunikasi

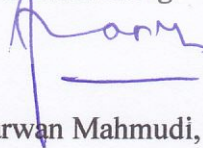
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 8 Oktober 2015

Disetujui dan diterima oleh,

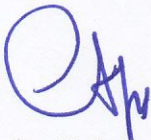
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Pembimbing



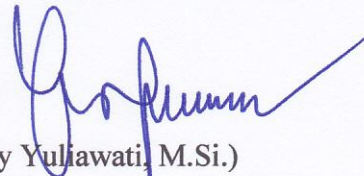
(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Dr. Elly Yulhawati, M.Si.)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dan Junjungan Baginda Besar Nabi Muhammad SAW, yang telah memberi rahmat dan karunia, serta memberikan kesempatan sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk mendapatkan gelar Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi. Adapun skripsi ini berjudul **“STRATEGI PENGELOLAAN *SPECIAL EVENT* “SHOP AND WIN” TAHUN 2015 DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* LIPPO MALL PURI BAGI *CUSTOMER*”**

Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti telah memperoleh banyak dukungan, baik moril maupun materil dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan yang berbahagia ini alangkah indah apabila peneliti menyampaikan ucapan terimakasih dengan tulus dari lubuk hati yang terdalam kepada:

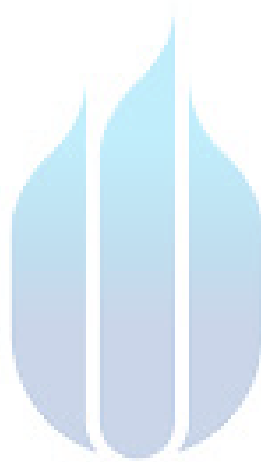
1. Marwan Mahmudi, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas segala bimbingan, masukan dan semangat yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Dr. Farid Hamid selaku dosen penelitian kualitatif yang sudah membantu dalam pembuatan skripsi ini.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

5. Seluruh jajaran Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang saya hormati dan saya kagumi, semoga tetap menjadi tempat menimba ilmu dan budi yang lebih baik lagi di masa depan.
6. Muhammad Mirza, Weni Wang dan Ibu Erny Herteany yang telah bersedia memberikan informasi untuk kelengkapan data skripsi ini. Terimakasih atas kehangatan dan sambutannya selama peneliti melakukan penelitian.
7. Keluarga dan kedua orangtua, Ayah saya Almarhum Darmawan dan Ibu saya Saniaty, nenek dan kakak-kakak saya yang sangat saya cintai dan hormati, yang selalu memberikan nasihat, doa dan dukungan, serta semangat bagi penulis dalam menjalani pendidikan. Tak henti-hentinya penulis ucapkan terimakasih yang terdalam.
8. Semua teman-teman *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta angkatan 2011 yang menjadi rekan studi selama kurang lebih empat tahun yang sudah memberikan masukan dan motivasi, dukungan, semangat dan doa.
9. Semua rekan-rekan dan sahabat serta pihak-pihak yang telah berpartisipasi dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan masukan berharga yang dapat membantu peneliti dalam penelitian-penelitian lainnya di masa yang akan datang. Harapan peneliti bahwa bagi para mahasiswa Public

Relations Universitas Mercu Buana, dan secara umum bagi perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan di Indonesia.

Akhir kata Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dan dukungan serta kesempatan yang besar ini, semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah SWT.



Jakarta, 2015

Peneliti,

Indah Safitri

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI</b> .....                   | i    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                      | ii   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | v    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                       | vii  |
| <b>DAFTAR BAGAN</b> .....  | viii |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | ix   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>   |      |
| 1.1. Latar Belakang .....  | 1    |
| 1.2. Fokus Penelitian .....                                      | 6    |
| 1.3. Identifikasi Masalah .....                                  | 7    |
| 1.4. Tujuan Penelitian .....                                     | 7    |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....                                    | 7    |
| 1.5.1. Manfaat Akademis .....                                    | 7    |
| 1.5.2. Manfaat Praktis .....                                     | 8    |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>                                   |      |
| 2.1. Komunikasi .....  | 9    |
| 2.1.1. Pengertian Komunikasi .....                               | 9    |
| 2.1.2. Fungsi Komunikasi .....                                   | 12   |
| 2.1.3. Tujuan Komunikasi .....                                   | 12   |
| 2.2. Komunikasi Organisasi .....                                 | 13   |
| 2.2.1. Pengertian Komunikasi Organisasi .....                    | 13   |
| 2.3. <i>Public Relations</i> .....                               | 14   |
| 2.3.1. Pengertian <i>Public Relations</i> .....                  | 14   |
| 2.3.2. Fungsi <i>Public Relations</i> .....                      | 17   |
| 2.3.3. Peran <i>Public Relations</i> .....                       | 20   |
| 2.3.4. Tujuan <i>Public Relations</i> .....                      | 22   |
| 2.4. Strategi <i>Public Relations</i> .....                      | 23   |
| 2.4.1. Definisi Strategi <i>Public Relations</i> .....           | 23   |
| 2.4.2. Komponen Pembentuk Strategi <i>Public Relations</i> ..... | 27   |
| 2.5 Strategi Pengelolaan <i>Special Event</i> .....              | 30   |
| 2.5.1. <i>Special Events</i> .....                               | 35   |
| 2.6. <i>Customer</i> .....                                       | 35   |
| 2.6.1 <i>Pengertian Customer</i> .....                           | 35   |
| 2.7. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) .....              | 39   |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>                             |      |
| 3.1. Paradigma .....   | 42   |
| 3.2. Tipe Penelitian .....                                       | 44   |
| 3.3. Metode Penelitian .....                                     | 45   |
| 3.4. Subyek Penelitian .....                                     | 47   |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                | 48   |
| 3.5.1. Datar Primer .....  | 49   |
| 3.5.2. Data Sekunder .....                                       | 51   |
| 3.6. Teknik Analisis Data .....                                  | 52   |

|   |    |
|---|----|
| 3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....                           | 53 |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>                         |    |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....                             | 55 |
| 4.1.1. Latar Belakang Lippo Mall Puri .....                           | 55 |
| 4.1.2. Sejarah Singkat Lippo Mall Puri .....                          | 56 |
| 4.1.3. Visi Perusahaan .....  | 57 |
| 4.1.4. Struktur Organisasi Lippo Mall Puri .....                      | 58 |
| 4.2. Hasil Penelitian .....   | 59 |
| 4.2.1. Strategi Pengelolaan Special Event .....                       | 59 |
| 4.2.1.1. <i>Fact Finding</i> (Mendefinisikan Masalah) .....           | 59 |
| 4.2.1.2. <i>Planning</i> (Perencanaan) .....                          | 63 |
| 4.2.1.3. <i>Actions and Communicating</i> (Aksi dan Komunikasi) ..... | 73 |
| 4.2.1.4. <i>Evaluating</i> (Evaluasi) .....                           | 79 |
| 4.3. Pembahasan .....   | 81 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>                                     |    |
| 5.1. Kesimpulan .....   | 92 |
| 5.2. Saran .....  | 94 |
| 5.2.1. Saran Akademis .....   | 94 |
| 5.2.2. Saran Praktis .....  | 95 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>   |    |
| <b>LAMPIRAN</b>   |    |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>   |    |



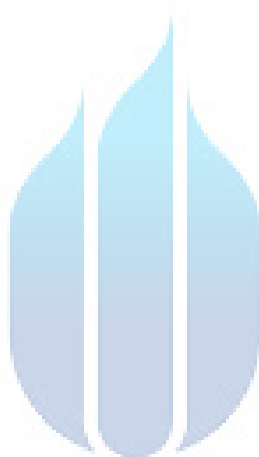
## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| <b>Gambar 2.1.</b> Proses PR Empat Langkah .....                          | 26 |
| <b>Gambar 4.1.</b> Struktur Organisasi Lippo Mall Puri .....              | 58 |
| <b>Gambar 4.2.</b> System Pengundian .....                                | 72 |
| <b>Gambar 4.3.</b> Time Card .....  | 75 |
| <b>Gambar 4.4.</b> Poster Weekend Organic .....                           | 76 |
| <b>Gambar 4.5.</b> Pemberian Doorprize Kepada Pemenang Shop and Win ..... | 78 |



## DAFTAR BAGAN

|  |    |
|--|----|
| <b>Bagan 4.1. Planning</b> .....                 | 64 |
| <b>Bagan 4.2. Action and Communicating</b> ..... | 74 |



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA