



Fakultas Ilmu komunikasi

Jurusan *Public Relations*

Gadis Kirana (44210010065)

Efektivitas *Special Event* “The Emperor by Tina Andrean Wedding” dalam membentuk *Brand Reputations* di PT Andrean Sentana

Bibliografi : 75 Halaman + 27 Referensi (Tahun 2005 – 2009)

ABSTRAKSI

Persaingan antar perusahaan untuk mendapatkan profit yang besar pada era ini sudah sangat menjadi lumrah adanya. Setiap perusahaan pastilah mempunyai *brand*. *Brand* pada perusahaan harus dibangun dan dikomunikasikan kepada konsumen secara terus-menerus dan secara konsisten. PT Andrean Sentana menggunakan MPR yang menggunakan peran CPR dalam membantu membentuk *Brand Reputations* dari *Special Event* “The Emperor by Tina Andrean”. Dalam penelitian ini, populasi di sini adalah responden yang hadir di Event sebagai sampel yang memenuhi unsur representatif atau mewakili dari keseluruhan populasi di kawasan industri *fashion*. Karena menggunakan *Stratified Random Sampling*, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 orang, yaitu terdiri dari tamu *VIP*, *Bride To Be*, dan *Open Public*, yang menghadiri Event ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Efektivitas *Special Event* “The Emperor by Tina Andrean Wedding” dalam membentuk *Brand Reputation* di PT Andrean Sentana. Penelitian ini menggunakan dimensi-dimensi dari efektivitas yaitu *Audience Coverage*, *Audience Response*, *Communication Impact* dan *Process of Influence*, yang dimana pada setiap masing-masing dimensi tersebut akan dapat diukur keefektivitasan Event ini.

Hasil dan kesimpulan penelitian ini, sebagian besar responden memberikan pendapat bahwa Event ini sangat efektif dilakukan, dan Event ini berjalan dengan baik dan sebagian besar responden memberikan penilaian positif yang mana penilaian tersebut akan membentuk pula sebuah *Brand Reputation* TAW ini. Juga, mereka pun berharap bahwa Event ini memang harus diadakan setiap tahunnya, tetapi masih ada responden yang menyatakan ragu-ragu. Pernyataan ini dapat menjadi acuan saran untuk perusahaan untuk lebih memperhatikan pasar dan kebutuhan konsumen.