



**PENGARUH KEGIATAN *SPECIAL EVENT* TERHADAP
PEMBENTUKAN CITRA PT. PHILIP MORRIS INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
S1 Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

Disusun Oleh :

ELFRIDA SIHOMBING

44206120009

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Kegiatan *Special Event* Terhadap Pembentukan
Citra PT.Philip Morris Indonesia

Nama : Elfrida Sihombing

NIM : 44206120009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Jakarta, Desember 2011

Mengetahui,
Pembimbing

(Ida Anggraeni Ananda, SS, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

TANDA LULUS SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Kegiatan *Special Event* Terhadap Pembentukan
Citra PT.Philip Morris Indonesia

Nama : Elfrida Sihombing

NIM : 44206120009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

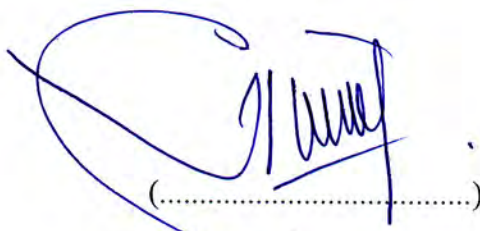
Jakarta, Desember 2011

Ketua Sidang,
(Drs. A. Rahman, M.Si, MM)



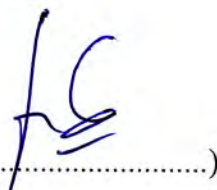
(.....)

Penguji Ahli,
(Juwono Tri Admojo, S.sos, M.Si)



(.....)

Dosen Pembimbing,
(Ida Anggraeni Ananda, SS, M.Si)



(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Kegiatan *Special Event* Terhadap Pembentukan
Citra PT.Philip Morris Indonesia

Nama : Elfrida Sihombing

NIM : 44206120009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Jakarta, Desember 2011
Disetujui dan diterima oleh,
Dosen Pembimbing

(Ida Anggraeni Ananda, SS, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,

Ketua Bidang Studi,

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Juwono Tri Admojo, S.sos, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kasih sayang dan kekuatanNya, banyak rintangan dan hambatan yang penulis hadapi dalam penyusunan skripsi ini. Namun berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, baik materiil maupun imateriil, yang pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya berkeinginan bahwa semua tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya ingin ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Ida Anggraeni Ananda, SS, M.Si, selaku pembimbing yang dengan sabar mengarahkan dan membimbing penulis.
2. Bapak Drs. A. Rahman, M.Si, MM , selaku Ketua Sidang Skripsi atas arahan dan masukannya kepada penulis.
3. Bapak Juwono Tri Atmodjo, S.sos, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Public *Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi dan Penguji Ahli atas arahan dan masukannya kepada penulis.
4. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak/Ibu Dosen Pengajar semua mata kuliah yang pernah penulis dapatkan selama proses studi, dari semester satu sampai dengan akhir yang telah memberikan ilmunya, semoga ilmu yang diberikan bermanfaat.
6. Bapak/Ibu Tim TU Fikom (Mas Mawi CS) dan Tim POP (Mba Mila CS), atas bantuan dan kerjasamanya serta pelayanan terbaik yang diberikan.

7. Mas Frisco.V.T.Tapilatu, selaku selaku Supervisor Duta Media Indonesia (DMI) merupakan perwakilan dari PT. Philip Morris Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
8. Mba Angga Aulia, selaku Koordiantor Tim Marlboro *Red Beat* perwakilan Jakarta (Duta Media Indonesia).
9. Team Menejemen PT.Philip Morris Indonesia untuk informasi dan dukungannya terhadap penulis.
10. Seluruh *members* club Marlboro VIP Villege, yang telah menjadi responden dan membantu penulis untuk mengumpulkan data, sebagai bahan penunjang penulisan skripsi ini.
11. Tim DMI dan Marlboro Red Beat yang membantu penulis ketika di lapangan.
12. Mamaku yang cantik M.Pasaribu dan Papaku T.Sihombing tercinta yang telah meluangkan seluruh hidupnya untuk kebahagiaanku dan memberikan kesempatan serta dukungan dan kasih sayangnya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan sampai ke tingkat yang tinggi.
13. Adik-adikku Ronny Kris Haryanto Sihombing dan Hengki Rikky Sihombing yang telah mendukung dan mendo'akan penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
14. Elia Peni dan Riven sahabatku yang sabar menemaniku dan mengajarkan penulis dalam pembuatan skripsi ini, semoga kita bersahabat selamanya.
15. Pasangan sejati Vinas dan Aldi yang selalu menyemangati, membantu, dan mendoakan penulis, semoga tetap menjadi sahabatku.

16. Dahlia dan Resty, selaku kaka angkatan, yang selalu menyemangati dan tiada henti-hentinya menyemangati penulis.
17. Glen dan James atas doa dan kasih sayang mereka kepada penulis.
18. Acit, Lisna, dan Suci yang turut mendoakan penulis.
19. Tulang dan Nantulang Pasaribu di Medan atas doa dan air matanya untuk penulis.
20. Tulang dan Nantulang Pasaribu di Karawaci serta adik-adikku Vinny dan Vidy yang turut mendukung penulis.
21. Bapa tua dan Inang tua di Cengkareng, serta semua sepupuku yang mendoakan dan mendukung penulis.
22. Bos ku, Bpk. Ir. Selo Hadi yang telah memberikan dukungan luar biasa kepada penulis.
23. Sardo Donal Simanjuntak, Alfredo Simanjuntak, Michael Sinaga, dan Dian Prasetyo yang tiada henti-hentinya menyemangati dan mengingatkan penulis.
24. Rekan-rekan seperjuangan *public relations* (PR) angkatan X (Pak Anto, Fery, Devrita, Andry, Azis, Sigit, Tika, Ayu, Lanry, Meyni, Evi, dan teman - teman lain, yang tidak dapat di sebutkan satu persatu), terima kasih atas dukungan semangatnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
25. Mba Ibeth dan keluarga yang selalu medoakan penulis.
26. Tante Linda dan Om kantin lantai atas kampus Mercu Buana atas doanya.
27. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dan karena keterbatasan penulis tidak dapat menyebutkan satu persatu.

Seperti ada pepatah mengatakan "tak ada gading yang tak retak", tentunya penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, dengan kerendahaan hati penulis sangat berharap masukan dan saran serta koreksi yang konstruktif dari para pembaca, sehingga kekurangan yang ada dan kekeliruan yang terjadi dalam penulisan ini dapat penulis perbaiki dikemudian hari, dan semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 20 Oktober 2011

Penulis,

Elfrida Sihombing

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA LULUS SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Komunikasi	12
2.2. <i>Public Relations</i>	16
2.3. <i>Marketing Public Relations</i>	19
2.4. <i>Special Event</i>	22
2.4.1. Tujuan Pelaksanaan <i>Special Event</i>	25
2.4.2. Strategi Promosi <i>Event</i>	29

2.5. Citra.....	36
2.6. Hipotesis.....	47
2.7. Kerangka Konsep	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1. Tipe Penelitian	50
3.2. Metode Penelitian	51
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.3.1. Data Primer	51
3.3.2. Data Sekunder	51
3.4. Populasi	52
3.4.1. Teknik Penentuan Sampel.....	53
3.5. Definisi Konsep.....	55
3.5.1. Kegiatan <i>Special Event</i>	55
3.5.2. Citra Perusahaan	55
3.5.3. Operasional Konsep	55
3.6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	58
3.6.1. Teknik Pengolahan Data	58
3.6.2. Analisis Data	58
3.7. Reliabilitas dan Validitas	60
3.7.1. Reliabilitas	60
3.7.2. Validitas	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	63

4.1.1. Gambaran Umum PT. Philip Morris di Indonesia	63
4.1.1.1. Visi dan Misi Perusahaan.....	64
4.1.1.2. Struktur Organisasi PT. Phillip Morris Indonesia	64
4.1.1.3. Event-Event PT. Phillip Morris Indonesia	68
4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas.....	73
4.1.2.1. Hasil Uji Reliabilitas	73
4.1.2.2. Hasil Uji Validitas.....	76
4.1.3. Karakteristik Responden.....	78
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	82
4.3. Pengujian Hipotesis.....	100
4.3.1. Uji Hubungan.....	102
4.3.2. Uji Tingkat Hubungan.....	104
4.3.3. Uji Signifikansi.....	105
4.3.4. Uji Koefisien Determinasi.....	105
5. Pembahasan.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	121
5.2. Saran.....	123
5.2.1. Saran Akademis.....	123
5.2.2. Saran Praktis.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	126

LAMPIRAN –LAMPIRAN :

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup Penulis

Lampiran 2. Lembar Daftar Pertanyaan

Lampiran 3. Lembar *Coding Sheet*

Lampiran 4. Lembar SPSS

Lampiran 5. Surat Keterangan Duta Media Indonesia (DMI)

Lampiran 6. Lembar Gambar dan Dokumentasi

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1	
Uji Reliabilitas Variabel MPR <i>Special Event</i>	74
Tabel 2	
<i>Item Total Statistic</i> Variabel MPR <i>Special Event</i>	74
Tabel 3	
Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan	75
Tabel 4	
<i>Item Total Statistic</i> Variabel Citra Perusahaan	76
Tabel 5	
Hasil Uji Validitas Variabel X dan Variabel Y	77
Tabel 6	
Jenis Kelamin	78
Tabel 7	
Usia	79
Tabel 8	
Pendidikan	80
Tabel 9	
Status / Jenis Pekerjaan	81
Tabel 10	
Responden Mengetahu Melalui Tabloid	82
Tabel 11	
Penggunaan Materi Promosi Menarik Perhatian	83
Tabel 12	
Transportasi dan Lahan Parkir Mudah	84
Tabel 13	
Lokasi Nyaman dan Menyediakan Keamanan yang Baik	85
Tabel 14	
Konsep Menarik serta Fasilitas Mendukung	86

Tabel 15	
Waktu Pelaksanaan Tepat	87
Tabel 16	
Acara Menarik Didukung Penampilan Bintang Tamu.....	88
Tabel 17	
Penampilan Bintang Tamu Menonjolkan Citra dan Kredibilitas Baik	89
Tabel 18	
Acara Menarik Didukung <i>Sound System</i> dan dekorasi	90
Tabel 19	
Acara Menarik Didukung <i>Audio visual</i> dan <i>lighting</i>	91
Tabel 20	
PT.Philip Morris Indonesia Perusahaan Multinasional yang Dapat Dipercaya	92
Tabel 21	
PT.Philip Morris Indonesia Perusahaan Profesional Dibidangnya	93
Tabel 22	
PT.Philip Morris Indonesia Memberikan Kualitas Produk yang Baik	94
Tabel 23	
PT.Philip Morris Indonesia Perusahaan Multinasional yang Terbaik	95
Tabel 24	
PT.Philip Morris Indonesia Produsen Rokok Terbaik di Indonesia	96
Tabel 25	
Manajemen PT.Philip Morris Indonesia Peduli Terhadap Konsumen.....	97
Tabel 26	
Mengenal Slogan PT.Philip Morris Indonesia	98
Tabel 27	
Mengenal Seluruh Kegiatan Program PT.Philip Morris Indonesia	99
Tabel 28	
Perhitungan <i>Pearson Product - Moment Correlation</i>	102
Tabel 29	
Tabel <i>Correlations</i> (SPSS).....	103

Tabel 30	
Tabel <i>Model Summary</i> (SPSS).....	106
Tabel 31	
Tabel <i>Coefficient</i> (SPSS)	107