



**PENYELENGGARAAN SPECIAL EVENT MARKETING
PUBLIC RELATIONS PT. TELEVISI TRANSFORMASI
INDONESIA (TRANS TV) BAGI KOMUNITAS TRANSMANIA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

Disusun Oleh:

ADITYA SUPRAYOGI

44209110124

**PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : PENYELENGGARAAN SPECIAL EVENT MARKETING
PUBLIC RELATIONS PT. TELEVISI TRANSFORMASI
INDONESIA (TRANS TV) BAGI KOMUNITAS
TRANSMANIA

Nama : Aditya Suprayogi

NIM : 44209110124

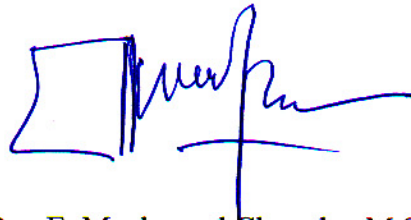
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Hubungan Masyarakat

Jakarta, Agustus 2012

Mengetahui

Pembimbing



(Drs. E. Mochamad Chamdan M.Si.)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **PENYELENGGARAAN SPECIAL EVENT MARKETING
PUBLIC RELATIONS PT. TELEVISI TRANSFORMASI
INDONESIA (TRANS TV) BAGI KOMUNITAS
TRANSMANIA**

Nama : Aditya Suprayogi
NIM : 44209110124
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Hubungan Masyarakat

Jakarta, Agustus 2012

Ketua Sidang
Suryaning Hayati, MM.



()

Penguji Ahli
Dra. Ispawati Asri, MM.



()

Pembimbing
Drs. E. Mochamad Chamdan M.Si.



()

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

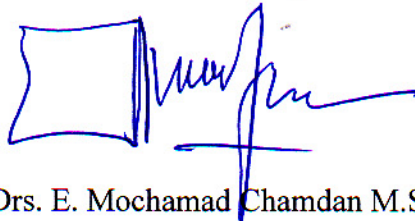
Judul Skripsi : PENYELENGGARAAN SPECIAL EVENT MARKETING
PUBLIC RELATIONS PT. TELEVISI TRANSFORMASI
INDONESIA (TRANS TV) BAGI KOMUNITAS
TRANSMANIA

Nama : Aditya Suprayogi
NIM : 44209110124
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Hubungan Masyarakat

Jakarta, November 2012

Disetujui dan Diterima Oleh :

Pembimbing



(Drs. E. Mochamad Chamdan M.Si.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi



(Juwono Tri Atmodjo, S.Sos., M.Si.)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur Peneliti ucapkan kepada Allah SWT dimana karena rahmat dan karunianyalah penelitian ini dapat selesai pada waktunya tanpa harus menunggu terlalu lama. Penelitian ini berjudul “**Penyelenggaraan *Special Event Marketing Public Relations* PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) Bagi Komunitas TRANSMANIA**”.

Pada penelitian kali ini Peneliti banyak sekali mendapatkan masukan saran dan juga kritik terhadap penulisan skripsi ini, oleh karena itu Peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Drs. E. Mochamad Chamdan M.Si. selaku Dosen Pembimbing, yang selalu memberi arahan dan masukan yang bagus untuk penelitian ini.
2. Bapak Juwono Tri Atmodjo, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Mercu Buana.
3. Seluruh Dosen dan Staf di Universitas Mercu Buana Menteng.
4. Bapak Hadi Lubis Kepala Departemen *Marketing Public Relations* TRANS TV yang telah mengizinkan Peneliti untuk mengadakan penelitian di TRANS TV.
5. Mas Sulistyو selaku *Marketing Public Relations* pada Departemen *Marketing Public Relations* Unit Community Development TRANS TV khusus komunitas TRANSMANIA yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara dengan Peneliti.
6. Mba Sherly R. Crizal selaku *Marketing Public Relations* Departemen *Marketing Public Relations* Unit Community Service TRANS TV berhubungan

khusus dengan *ticketing & audience* program yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara dengan Peneliti.

7. Mas Tera Zain selaku Ketua Komunitas TRANSMANIA yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara dengan Peneliti.

8. Mas Angga Jatmiko Utomo selaku Seksi Promosi *Event* Komunitas TRANSMANIA yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara dengan Peneliti.

9. Kepada Bapak Rosyid, Ibu Titi, A Opik dan Kiki terima kasih atas *support* dan juga doanya.

10. Ria Meilisa yang selalu memberikan motivasi, semangat dan terima kasih segalanya.

11. Kepada seluruh teman-teman Universitas Mercu Buana Menteng angkatan XV Jurusan PR.

12. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu disini.

Akhir kata jika ada masukan bagi penelitian ini Peneliti membuka pintu lebar-lebar bagi masukannya.

Akhirul Kalam Wassalamualaikum Warrahmahtullahi Wabarokatuh.

Jakarta, November 2012

Peneliti

Aditya Suprayogi

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	9
2.1.2 Tujuan Komunikasi.....	11
2.1.3 Fungsi Komunikasi.....	13
2.1.4 Proses Komunikasi.....	15
2.2 Public Relations	16

2.2.1 Pengertian Public Relations	16
2.2.2 Fungsi Public Relations	18
2.2.3 Tugas Public Relations	20
2.2.4 Peran Public Relations.....	22
2.2.5 Tahap-Tahap Dalam Manajemen Public Relations.....	23
2.3 Marketing Public Relations.....	24
2.3.1 Bauran Promosi.....	26
2.4 Special Event.....	29
2.4.1 Pengertian Special Event.....	29
2.4.2 Tujuan Special Event.....	31
2.4.3 Riset Special Event.....	31
2.4.4 Perencanaan Special Event.....	33
2.4.5 Evaluasi Special Event.....	35
2.5 Community Relations.....	36
2.5.1 Pengertian Komunitas.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.3 Subyek Penelitian.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4.1 Data Primer.....	45
3.4.2 Data Sekunder.....	45
3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian.....	45

3.5.1 Definisi Konsep.....	45
3.5.2 Fokus Penelitian	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	51
4.1.2 Investasi.....	52
4.1.3 Logo.....	52
4.1.4 Visi dan Misi TRANS TV.....	53
4.1.4.1 Visi TRANS TV.....	53
4.1.4.2 Misi TRANS TV	53
4.1.5 Profile TRANS TV.....	53
4.1.6 Program Content TRANS TV.....	60
4.1.7 Tugas Pokok Divisi-Divisi TRANS TV	61
4.1.8 Organisasi Marketing Public Relations TRANS TV.....	66
4.1.8.1 Profile Marketing Public Relations TRANS TV.....	66
4.1.8.2 Struktur Organisasi Marketing Public Relations TRANS TV.....	69
4.2 Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Defining The Problem (or Opportunity).....	72
4.2.2 Planning and Programming.....	77
4.2.3 Taking Action and Communicating.....	80

4.2.4 Evaluating The Program.....	87
4.3 Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	106
5.2.1 Saran Akademis.....	106
5.2.2 Saran Praktis.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN	