



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT**

**ADITYA SUPRAYOGI
44209110124**

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

Bibliografi : x + 110 Halaman + 5 Bab + 27 Lampiran + 29 Buku (1992 – 2010)

ABSTRAK

PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) merupakan salah satu stasiun televisi swasta yang disiarkan secara nasional di Indonesia secara resmi melalui izin Pemerintah. TRANS TV adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa. *Marketing Public Relations* (MPR) TRANS TV merupakan fungsi manajemen yang memfokuskan pada dinamika komunikasi dan informasi dua arah antara TRANS TV dengan publiknya. Salah satu kegiatan eksternal yang dilakukan oleh MPR TRANS TV adalah melakukan kegiatan dengan komunitas pemirsa setia TRANS TV, yang diberi nama TRANSMANIA. TRANSMANIA merupakan pelopor yang pertama kali dibentuk oleh MPR stasiun televisi dalam merangkul pemirsanya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara mendalam tentang Penyelenggaraan *Special Event* MPR TRANS TV bagi TRANSMANIA.

Teori dasar yang digunakan Peneliti adalah Teori dari Cutlip yang berisi mengenai tahap-tahap yang harus dilakukan dalam manajemen PR.

Tipe penelitian yang digunakan Peneliti adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan empat orang narasumber yang terkait dengan penyelenggaraan *Special Event* MPR TRANS TV bagi TRANSMANIA serta didukung oleh berbagai data sekunder.

Hasil penelitian yang didapat bahwa dalam program kerjanya MPR TRANS TV menciptakan komunitas tersendiri bagi penonton setianya yang disebut TRANSMANIA. MPR mempunyai rencana dalam penyelenggaraan *special event* bagi TRANSMANIA agar *special event* tersebut berjalan dengan baik dan mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan. *Special event* dijalankan oleh Divisi MPR, yang dimanajemen dengan mengutamakan pengaruh koordinasi efektif, dimana setiap divisi yang saling terkait menjaga hubungan dan koordinasinya dengan baik. Dalam komunikasinya, *special event* dilaksanakan dengan melibatkan TRANSMANIA yang lebih menekankan pada diskusi dan menggali ide serta tanggapan anggota komunitas terhadap program-program yang diselenggarakan TRANS TV. Program yang diselenggarakan TRANS TV bersama TRANSMANIA memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

Saran Peneliti agar MPR TRANS TV lebih meningkatkan kesolidan dan loyalitas TRANSMANIA, serta membuat program kerja untuk kedepannya agar lebih terkoordinir dengan baik. TRANSMANIA lebih berpartisipasi dan lebih peduli dalam setiap kegiatan yang diadakan MPR serta menjaga agar tidak terjadi *miss communication* antara satu dengan yang lainnya. TRANS TV lebih peka terhadap TRANSMANIA sehingga dapat meningkatkan *awareness* masyarakat, serta dapat meningkatkan citra positif bagi TRANS TV.