



**EFEKTIFITAS EVENT “KFC MUSIK HIT LIST” SEBAGAI WAHANA  
PUBLIC RELATIONS PT. FASTFOOD INDONESIA, TBK DALAM  
MENJALIN HUBUNGAN DENGAN KONSUMEN USIA MUDA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata  
satu (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

**Disusun oleh :**

**Windi Eka Rusmaya  
44206010019**

Program Studi Public Relations  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana  
Jakarta  
2010



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

## **LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Windi Eka Rusmaya  
NIM : 4420-601-0019  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jurusan : Public Relations  
Judul Skripsi : Efektifitas Event KFC Musik Hit List Sebagai Wahana Public Relations PT. Fastfood Indonesia Tbk dalam Menjalinkan Hubungan dengan Konsumen

Jakarta, Agustus 2010

Mengetahui

Pembimbing

(Siti Dewi Sri Ratna Sari, S.S., M.Si.)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

## **LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Nama : Windi Eka Rusmaya

NIM : 4420-601-0019

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Public Relations

Judul Skripsi : Efektifitas Event KFC Musik Hit List Sebagai Wahana Public Relations PT. Fastfood Indonesia Tbk dalam Menjalinkan Hubungan dengan Konsumen Usia Muda

Jakarta, Agustus 2010

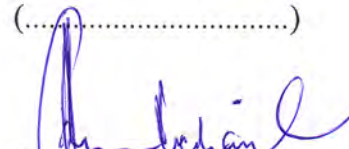
1. Ketua Sidang

Irmulan Sati T, SH., M.Si.

  
(.....)

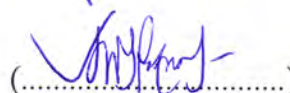
2. Penguji Ahli

Drs. Gufroni Sakaril, M.M.

  
(.....)

3. Pembimbing

Siti Dewi Sri Ratna Sari, S.S., M.Si.

  
(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

## **LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama : Windi Eka Rusmaya  
NIM : 4420-601-0019  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jurusan : Public Relations  
Judul Skripsi : Efektifitas Event KFC Musik Hit List Sebagai Wahana Public Relations PT. Fastfood Indonesia Tbk dalam Menjalinkan Hubungan dengan Konsumen Usia Muda

Jakarta, Agustus 2010

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing

(Siti Dewi Sri Ratna Sari, S.S., M.Si.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Irmulan Sati T, SH., M.Si.)

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, dengan judul “Efektivitas Event KFC Musik Hit List Sebagai Wahana Public Relations PT. Fastfood Indonesia Tbk menjalin Hubungan Dengan Konsumen Usia Muda”.

Skripsi ini dibuat guna memenuhi prasyarat mencapai kelulusan dan meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penelitian hingga terselesaikannya skripsi ini, Penulis terkadang menemukan kendala dan hambatan. Namun berkat doa, dukungan, Semangat dan bimbingan dari berbagai pihak maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Ibu Siti Dewi Sri Ratna Sari SS, Msi, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingannya yang terbaik kepada penulis dan telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan, saran, bantuannya kepada penulis.
2. Ibu Irmulan Sati T, SH, Msi, selaku Ketua Jurusan Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Juwono Tri Admodjo S.Sos, M.Si selaku wakil Kepala Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

4. Untuk Bapak Muridun, Ibu Sri Rusmini (alm), sebagai orang tua penulis, terima kasih atas doa-doa dan pengorbanannya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Untuk Firda Septiana Mury, adek penulis yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.
6. Ibu Soewartiningsih, sebagai nenek penulis terima kasih selalu atas doa - doanya yang tak pernah terputus.
7. Mba Yayu, dan seluruh saudara-saudara yang telah membantu terima kasih atas bantuan dan doanya.
8. Billy Cristian, yang sangat setia dan tidak pernah marah mendengar keluh kesah ku selama ini dan telah mendukung dan banyak membantu penulis dari awal hingga akhirnya skripsi ini selesai.
9. Kepada sahabat-sahabat penulis satu perjuangan iep, litya, lita, ikus...terus semangat...!!! Dan seluruh teman-teman Public Relations Angkatan 2006 : Eyki, Yulia, Gati, Melly, Citra, dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Kepada Bapak Adi Tjahjadi selaku Public Relations Manager dan Bapak Maman Sudarisman PR Manager Pengganti dari PT. Fastfood Indonesia Tbk yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan riset.

Skripsi ini telah selesai, namun penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mohon saran dan kritik yang membangun.

Akhir kata dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan ini. Jerih payah yang tak ternilai ini akan kami jadikan sebagai motivasi di masa yang akan datang. Dan juga

penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun orang lain, dan dapat memenuhi syarat sesuai tujuannya.

Jakarta, Agustus 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

ABSTRAKSI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

### BAB I PENDAHULUAN

|                                         |   |
|-----------------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang .....                | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah .....             | 8 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian ..... | 8 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian .....           | 8 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian .....          | 8 |
| 1.3.2.1 Signifikansi Akademis .....     | 8 |
| 1.3.2.2 Signifikansi Praktis .....      | 9 |

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 2.1 Komunikasi .....                     | 10 |
| 2.1.1 Fungsi Komunikasi .....            | 12 |
| 2.1.2 Komunikasi Organisasi .....        | 13 |
| 2.1.3 Komunikasi Efektif .....           | 15 |
| 2.2 Public Relations .....               | 16 |
| 2.2.1 Corporate Public Relations .....   | 18 |
| 2.2.2 Marketing Public Relations .....   | 19 |
| 2.2.3 Public Relations dalam Event ..... | 22 |
| 2.3 Special Event .....                  | 23 |
| 2.3.1 Karakteristik Special Event .....  | 28 |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 2.4 Hubungan Konsumen ( <i>Consumer Relations</i> ) ..... | 34 |
| 2.5 Efektifitas .....                                     | 40 |

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 3.1 Sifat Penelitian .....                     | 43 |
| 3.2 Metode Penelitian .....                    | 43 |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                  | 44 |
| 3.3.1 Populasi .....                           | 44 |
| 3.3.2 Sampel .....                             | 45 |
| 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....          | 46 |
| 3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep ..... | 46 |
| 3.4.1 Definisi Konsep .....                    | 46 |
| 3.4.2 Operasionalisasi Konsep .....            | 48 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....              | 50 |
| 3.5.1 Data Primer .....                        | 50 |
| 3.5.2 Data Sekunder .....                      | 50 |
| 3.6 Teknik Analisa Data .....                  | 50 |

### **BAB IV GAMBARAN OBJEK PENELITIAN DAN HASIL PENELITIAN**

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....                    | 53 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan .....                        | 53 |
| 4.2 Visi dan Misi Perusahaan .....                    | 56 |
| 4.3 Layanan Perusahaan .....                          | 56 |
| 4.4 Public Relations PT. Fastfood Indonesia Tbk ..... | 57 |
| 4.5 Struktur Organisasi Perusahaan .....              | 58 |
| 4.6 Hasil Penelitian .....                            | 59 |
| 4.6.1 Identitas Responden .....                       | 59 |

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 4.6.2 Pendapat Responden ..... | 64 |
| 4.7 Hasil Keseluruhan .....    | 90 |
| 4.5 Pembahasan .....           | 94 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan .....       | 114 |
| 5.2 Saran .....            | 119 |
| 5.2.1 Saran Akademis ..... | 119 |
| 5.2.2 Saran Praktis .....  | 120 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **BIODATA PENULIS**

**DAFTAR TABEL**

|          |       |    |
|----------|-------|----|
| TABEL 1  | ..... | 57 |
| TABEL 2  | ..... | 58 |
| TABEL 3  | ..... | 59 |
| TABEL 4  | ..... | 59 |
| TABEL 5  | ..... | 60 |
| TABEL 6  | ..... | 60 |
| TABEL 7  | ..... | 61 |
| TABEL 8  | ..... | 62 |
| TABEL 9  | ..... | 63 |
| TABEL 10 | ..... | 64 |
| TABEL 11 | ..... | 65 |
| TABEL 12 | ..... | 66 |
| TABEL 13 | ..... | 67 |
| TABEL 14 | ..... | 68 |
| TABEL 15 | ..... | 69 |
| TABEL 16 | ..... | 70 |
| TABEL 17 | ..... | 71 |
| TABEL 18 | ..... | 72 |
| TABEL 19 | ..... | 73 |
| TABEL 20 | ..... | 74 |
| TABEL 21 | ..... | 75 |
| TABEL 22 | ..... | 76 |
| TABEL 23 | ..... | 77 |
| TABEL 24 | ..... | 78 |

|             |       |    |
|-------------|-------|----|
| TABEL 25    | ..... | 79 |
| TABEL 26    | ..... | 80 |
| TABEL 27    | ..... | 81 |
| TABEL 28    | ..... | 82 |
| TABEL 29    | ..... | 83 |
| TABEL 30    | ..... | 84 |
| TABEL 31    | ..... | 85 |
| TABEL 32    | ..... | 86 |
| TABEL 33    | ..... | 87 |
| TABEL 4.4.1 | ..... | 88 |