



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Oleh:  
**TUSSIE AULIKA**

**55206120022**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
2012**

### LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Strategi Event Majalah Cita Cinta Dalam Menciptakan Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011)
2. Nama : Tussie Aulika
3. NIM : 55206120022
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Manajemen Media
7. Tanggal : 11 Februari 2012

Jakarta, 19 Februari 2012

Disetujui dan diterima oleh:

Direktur Program Pascasarjana

MERCU BUANA

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Farid Hamid, M.Si

Pembimbing II

Pembimbing Utama

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Heri Budianto, S.Sos M.Si

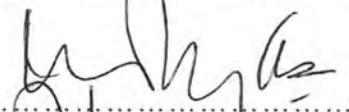
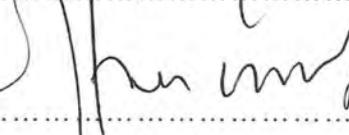
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Event Majalah Cita Cinta Dalam Menciptakan Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011)
2. Nama : Tussie Aulika
3. NIM : 55206120022
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Manajemen Media
7. Tanggal : 11 Februari 2012

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Jakarta, 19 Februari 2012  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang  
Dr. Farid Hamid. M.Si
2. Penguji Ahli  
Dr. Uaimah Wahid
3. Pembimbing I  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
4. Pembimbing II  
Heri Budianto, S.Sos M.Si



(.....)   
(.....)   
(.....)   
(.....) 

## **PERNYATAAN**

Judul : Strategi Event Majalah Cita Cinta Dalam  
Menciptakan Kepuasan Pengunjung  
(Studi Kasus Acara Belanja Heboh Cita Cinta  
2011)

Nama : Tussie Aulika

NIM : 55206120022

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Manajemen Media

Tanggal : 11 Februari 2012

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 11 Februari 2012



Tussie Aulika

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

1. Nama : Tussie Aulika
2. NIM : 55206120022
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Manajemen Media
6. Judul : Strategi Event Majalah Cita Cinta Dalam  
Menciptakan Kepuasan Pengunjung  
(Studi Kasus Acara Belanja Heboh Cita Cinta  
2011)

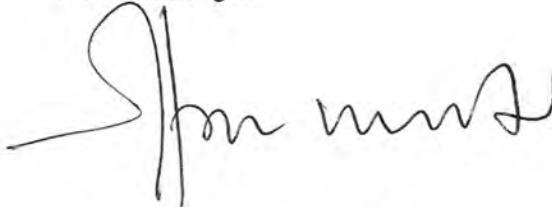
UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Jakarta, 10 Februari 2012

Pembimbing Utama



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Pembimbing II



Heri Budianto, S.Sos M.Si

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG**

1. Judul : Strategi Event Majalah Cita Cinta Dalam Menciptakan Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011)
2. Nama : Tussie Aulika
3. NIM : 55206120022
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Manajemen Media
7. Tanggal : 11 Februari 2012

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Jakarta, 11 Februari 2012  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang  
Dr. Farid Hamid. M.Si
2. Penguji Ahli  
Dr. Umaimah Wahid
3. Pembimbing I  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
4. Pembimbing II  
Heri Budianto, S.Sos M.Si



(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas izin dan limpahan kasih-Nya peneliti akhirnya dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Strategi Event Majalah Cita Cinta Dalam Menciptakan Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011)” ini, sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi Strata Dua (S2) pada jurusan Manajemen Media Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dengan segala hormat, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang sangat berjasa dalam membantu peneliti menyelesaikan tesis ini, yaitu:

1. Bapak Heri Budianto, S.Sos, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing yang senantiasa sabar membantu dan memberikan masukan dari awal hingga akhir penulisan tesis ini.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama yang selalu sabar dan sangat membantu memberi masukan dalam penyelesaian tesis ini.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana sekaligus Ketua Sidang tesis ini.
4. Seluruh dosen Magister Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan bagi peneliti selama berlangsungnya proses perkuliahan.

5. Staf-staf Tata Usaha Program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, terutama Mas Warso, yang sangat membantu semua keperluan peneliti, terutama saat persiapan seminar dan sidang tesis.
6. Seluruh Karyawan di lingkungan Universitas Mercu Buana, terutama Mas Warsito dan Pak Jamal, atas bantuannya selama persiapan seminar dan sidang tesis.
7. Kedua orangtua tercinta, Drs. Chaerul Syam dan Hj. Asniwarni, yang telah mendukung dari sisi moril maupun materil, serta selalu mendoakan dan memberi semangat dalam penyelesaian tesis ini.
8. Suami tercinta, Leksono Adiyantoro, yang selalu setia dan sabar mendampingi serta memberi dukungan sepenuhnya dalam penyelesaian tesis ini. Terima kasih juga untuk cinta dan doa yang tiada henti diberikan pada peneliti, sehingga membuat peneliti semakin bersemangat dalam menyelesaikan tesis ini. *I love you so much, Ayah.*
9. Putri tercinta, Lexika Najla Dhia Syarafana, yang selalu menghibur di kala peneliti merasa penat dalam penyelesaian tesis ini, dan merupakan salah satu alasan kenapa peneliti ingin segera menyelesaikan tesis ini. Terima kasih telah membuat hidup Bunda lebih berwarna ya, sayang. *I love you so much, Najla.*
10. Kakak-kakak tercinta, Yovanika dan Rimko Nurrat, atas dukungan dan doanya dalam menyelesaikan tesis ini.

11. Teman-teman seperjuangan di program Magister Ilmu Komunikasi angkatan 2006, atas kebersamaan dan kekompakan selama masa perkuliahan, serta selalu memberi semangat dan dukungan pada setiap teman. Terima kasih terutama bagi teman seperjuangan dalam menyelesaikan tesis, yaitu Vera Oktarini Nafril dan Natalia Devi.
12. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) angkatan 1995, yang selalu kompak dan siap member dukungan setiap saat, layaknya seperti keluarga sendiri.
13. Tim Cita Cinta yang selalu mendukung penyelesaian tesis ini, terutama Martha Simanjuntak, Saskia Damanik, dan Ridhahayu Damarsaty sebagai nara sumber dalam tesis ini, serta Ibu Widarti Gunawan yang mengizinkan peneliti untuk cuti kerja demi penyelesaian tesis ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut serta membantu dan mendukung peneliti dalam pembuatan tesis ini hingga akhirnya dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan, karena itu peneliti bersedia menerima kritik dan saran yang membangun agar tesis ini dapat menjadi lebih baik. Akhir kata, tidak ada yang dapat peneliti sampaikan selain ucapan terima kasih yang tak terhingga. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 11 Februari 2012

Tussie Aulika (Peneliti)

## DAFTAR ISI

**ABSTRAKSI** ..... i

**LEMBAR PENGESAHAN** ..... ii

**LEMBAR PERNYATAAN** ..... vi

**KATA PENGANTAR** ..... vii

**DAFTAR ISI** ..... x

**DAFTAR GAMBAR & TABEL** ..... xiii

**DAFTAR LAMPIRAN** ..... xiv

### **BAB I. PENDAHULUAN**

    1.1. Latar Belakang Penelitian ..... 1

    1.2. Rumusan Masalah ..... 6

    1.3. Tujuan Penelitian ..... 6

    1.4. Manfaat Penelitian ..... 6

        1.4.1. Aspek Teoritis/Akademis ..... 6

        1.4.2. Aspek Praktis ..... 7

### **BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

    2.1. Kajian Pustaka ..... 8

    2.2. Kerangka Teori ..... 12

        2.2.1. Komunikasi Pemasaran ..... 12

2.2.2. Event .....	13
2.2.3. Manajemen Event .. ....	14
2.2.4. Strategi Event .. ....	27
2.2.4.1. Strategi Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ) .. ....	35
2.2.4.2. Strategi Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .. ....	41
2.2.5. Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .. ....	45
2.3. Kerangka Pemikiran .. ....	47

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Objek Penelitian.....	48
3.2. Paradigma Penelitian.....	49
3.3. Sifat Penelitian.....	49
3.4. Metode Penelitian .. ....	50
3.5. Definisi Konsep .. .... .	51
3.6. Fokus Penelitian .. ....	52
3.7. Key Informan .. ....	53
3.8. Teknik Pengumpulan Data .. ....	54
3.9. Teknik Analisis Data .. ....	55

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .. ....	58
4.1.1. Sejarah Cita Cinta .. ....	58
4.1.2. Profil Cita Cinta .. ....	58

4.1.3. Sejarah Belanja Heboh Cita Cinta .....	61
4.1.4. Profil Konsumen Cita Cinta .....	62
4.2. Hasil Penelitian .....	63
4.2.1. Tujuan Event .....	64
4.2.2. Analisis Strategi Event .....	65
4.3. Pembahasan .....	76

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan .....	79
5.2. Saran .....	80
5.2.1. Saran Akademis .....	80
5.2.2. Saran Praktis .....	80

## DAFTAR PUSTAKA

UNIVERSITAS  
LAMPIRAN MERCU BUANA  
CURRICULUM VITAE

## **DAFTAR GAMBAR & TABEL**

### **DAFTAR GAMBAR**

- Gambar 1. Proses 5 Tahap Mengelola Event
- Gambar 2. Enam Dimensi Event
- Gambar 3. Konsep 5P dalam Pemasaran Event
- Gambar 4. Perencanaan Pemasaran Event
- Gambar 5. Kerangka Pemikiran Penelitian
- Gambar 6. Alur Naskah Sampai Terbit
- Gambar 7. Kerangka Hasil Penelitian

### **DAFTAR TABEL**

- Tabel 1. Penelitian Terdahulu



UNIVERSITAS

**MERCU BUANA**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Struktur Organisasi Cita Cinta
2. Draft Wawancara
3. Hasil Wawancara
4. Kuesioner Belanja Heboh Cita Cinta 2011
5. Hasil Kuesioner Belanja Heboh Cita Cinta 2011
6. Diagram Pengunjung Acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011
7. Materi Promosi, Publikasi, Marketing, dan Foto-Foto Acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011
8. Susunan Panitia Acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011
9. Rundown Acara Belanja Heboh Cita Cinta 2011

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**