



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

Nama : Vera Inggriani (44214110015)
Judul : Implementasi Program Event Kreatif Pasti Sukses PT. Standardpen Industries Pada Masyarakat
Bibliografi : 89 halaman ; 32 buku (1986-2014) + 4 Jurnal

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman maka banyak terjadi perubahan dalam hal teknologi. Salah satu hal yang sudah mulai berubah adalah budaya menulis. Masyarakat sekarang mulai meninggalkan budaya menulis diatas kertas menggunakan pena, saat ini masyarakat cenderung memanfaatkan teknologi modern karena dirasa lebih praktis dan instan. Perubahan yang amat cepat dalam dunia bisnis membuat para pemilik *brand* perusahaan bolpoin memikirkan langkah-langkah strategis untuk tetap mempertahankan minat masyarakat dalam menulis karena menulis memiliki banyak manfaat baik untuk generasi zaman sekarang, perusahaan pun ingin terus eksis dan berkembang. Perusahaan yang telah lama dikenal oleh masyarakat belum tentu dijamin akan selalu dipercaya sebagai perusahaan yang bisa memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, upaya-upaya untuk merubah *brand* image menjadi hal yang tak terelakkan agar *brand* yang telah eksis mampu mempertahankan bisnisnya. Salah satu upaya merevitalisasi merek yaitu dengan melakukan suatu kegiatan untuk mengkomunikasikan brand baru.

Implementasi Public Relations PT Standardpen dalam mengkomunikasikan brand Awareness melalui sebuah *event* juga meliputi perubahan pesan, perubahan cara pendekatan dengan konsumen, pemberian jasa – jasa baru, atau bahkan perubahan mengenai apa yang dijanjikan pada konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan apakah Implementasi program *special event* ini tepat dilakukan sebagai sarana dalam mengkomunikasikan brand baru. Hasil penelitian ini akan menjelaskan terkait alasan Perusahaan memilih program event sebagai sarana rebranding, selain itu peneliti juga akan menjelaskan dan menguraikan bagaimana rangkaian kegiatan di event dalam mengkomunikasikan brand baru. Dan akan menjelaskan bagaimana respon masyarakat pada event yang telah dilakukan perusahaan secara tersebut.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa event menjadi sarana yang tepat untuk mengkomunikasikan brand baru pada perusahaan karena pesan yang disampaikan di dalam sebuah event akan langsung diterima oleh customer sehingga perusahaan menjalankan komunikasi yang *effective* kepada customer.

Kata Kunci : *Implementasi, Program, Special Event.*



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

Name : Vera Inggriani (44214110015)
Title : Creative Event Program Implementation is certainly successful
PT. Standardpen Industries in the community
Bibliography : 89 pages; 32 books (1986-2014) + 4 journals

ABSTRACT

Along with the time development, there are many changes in technological terms. One of the things that has begun to change is the culture of writing. The community is now starting to leave the writing culture on paper using pens, nowadays the community tends to utilize modern technology because it is felt more practical and instant. A very fast change in the business world makes the company's brand owners think of the strategic measures to keep people's interest in writing because writing has many benefits for both generations of time. Now, companies also want to continue to exist and thrive. Companies that have long known by the public are not necessarily guaranteed to be trusted as a company that can fulfill their needs. Therefore, efforts to change the brand image is inevitable so that the brand that has existed to maintain its business. One of the efforts to revitalize the brand is to do an activity to communicate a new brand.

Implementation of PT Standardpen Public Relations in communicating brand Awareness through an event also includes changes in the message, changes in how to approach consumers, providing new services, or even changes in what Promised to consumers.

The purpose of this research is to ensure that the implementation of this special event program is appropriate as a means of communicating new brands. The results of this study will explain about why the company chose the event program as a means of rebranding, besides the researchers will also explain and describe how a series of activities in the event in communicating new brands. And will explain how the community response to the event that the company has done.

The research concluded that the event became the right means to communicate a new brand to the company because the message delivered in an event will be immediately accepted by the customer so that the company conducts the communication Effective to the customer.

Keywords: *Implementation, Program, Special Event.*