



**EFEKTIVITAS PAMERAN *TRAVELLING* UNTUK MENARIK MINAT
KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PT. LINTAS ISKANDARIA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

Chaniatri Mayastuti

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
44210120012

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : EFEKTIVITAS PAMERAN *TRAVELLING* UNTUK
MENARIK MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN
JASA PT. LINTAS ISKANDARIA

Nama : CHANIATRI MAYASTUTI

NIM : 44210120012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS
Jakarta, 25 Januari 2015
MERCU BUANA
Mengetahui,

Pembimbing

Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si



BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : EFEKTIVITAS PAMERAN *TRAVELLING* UNTUK
MENARIK MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN
JASA PT. LINTAS ISKANDARIA

Nama : CHANIATRI MAYASTUTI

NIM : 44210120012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 25 Januari 2015

1. Ketua Sidang
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

2. Penguji Ahli
Afdal Makaraga, M.Si.

3. Pembimbing
Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si



BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : EFEKTIVITAS PAMERAN *TRAVELLING* UNTUK
MENARIK MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN
JASA PT. LINTAS ISKANDARIA

Nama : CHANIATRI MAYASTUTI

NIM : 44210120012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 25 Januari 2015

Disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Juwano Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Agustina Zubair, M.Si

Bidang Studi Public Relations

Dr. Elly Yulhawati, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Peneliti panjatkan kepada Allah, yang telah memberikan anugerah serta pertolongan sehingga Peneliti dapat menyelesaikan

Skripsi ini dengan judul “EFEKTIVITAS PAMERAN *TRAVELLING* UNTUK MENARIK MINAT KONSUMEN PT. LINTAS ISKANDARIA “, Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh sebutan Ahli (S.iKom) Public Relations, Fakultas Ilmu komunikasi, Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa dalam penulisannya skripsi ini, oleh karena keterbatasan pengetahuan, waktu, serta pengalaman penulis masih banyak kekurangan. Namu peneliti telah menyajikan

Skripsi ini bermanfaat bagi peneliti pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Atas terselesaikannya Skripsi ini dengan baik, Peneliti mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah membantu, membimbing dan mendorong peneliti dalam menyelesaikannya. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Juwono Tri Atmodjo, M. Si, selaku dosen pembimbing riset pada proposal skripsi ini, yang telah memberikan pengarahan.
2. Dr. Agustina Zubair ,M. Si. , selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Drs. A. Rahman, MM, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Elly Yuliwati, M.Si, selaku Ketua Program Studi Public Relations.
5. Ibu Ida Anggraeni Ananda, S.S., M.Si, selaku dosen pembimbing seminar pada proposal skripsi ini, yang telah memberikan pengarahan.
6. Ibu Novi erlita, S.Sos, MA., selaku pembimbing dalam penulisan Proposal Magang ini.
7. Bp. Herdiansyah , selaku Manager PT. Lintas Iskandaria. Yang telah memberikan bimbingan pada masa magang penulis.
8. Bp. Ir. Fadly, selaku community Marketing Public Relations PT. Lintas Iskandaria yang sangat membantu penulis dalam penulisan Proposal ini.

9. Orang tua saya (Bapak Supono dan Ibu Supiah) dan kekasih tersayang yang telah memberikan suport dalam pendidikan dan pembuatan proposal skripsi saya ucapkan banyak terimakasih. *I love u all !*
10. Pada teman-teman saya, anak-anak Public Relations yang selalu bahu membahu untuk membantu Proposal ini. *Keep Our Friendship !*
11. Kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, meski Peneliti telah berusaha segenap kemampuan yang ada. Maka untuk semua kekurangan peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang sifatnya membangun demi sempurnanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan perkembangan Public Relations dan pembaca.

Jakarta , Januari 2015



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Peneliti
Chaniatri Mayastuti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Akademis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi	10
2.1.1 Tujuan komunikasi.....	15
2.1.2 Fungsi Komunikasi	16
2.1.3 Efektifitas Komunikasi	18
2.2. Public Relations.....	22
2.2.1 Fungsi Dan Peran Public reations	23
2.2.2 Aktivitas Public Relations	25
2.2.3 Media Public relations	26
2.3. Marketing Public Relations	28
2.3.1 Tujuan Marketing Public Relations	31
2.3.2 Fungsi Dan Peran Marketing ppublic Relations	34
2.3.3 Kegiatan Marketing Public Relations	35
2.3.4 Model-Model Marketing Public Relations	39

2.4.	Pameran	41
2.4.1	Karakteristik Pameran.....	43
2.4.2	Daya Tarik Pameran	46
2.5.	Produk	48
2.6.	Minat Beli Konsumen	50
BAB III	Metodologi Penelitian	
3.1.	Tipe Penelitian	51
3.2.	Metode Penelitian.....	52
3.3.	Populasi dan sample	53
3.4.	Defisi Konsep dan Operasional Konsep	55
3.4.1	Definisi konsep.....	55
3.4.2	Operasional Konsep	56
3.5.	Validitas dan Rreliabilitas.....	57
3.6.1	Validitas	57
3.6.2	Realibilitas	57
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.4.1	Data Primer.....	58
3.4.2	Data Skunder	59
3.5.	Teknik Analisa data.....	59
BAB IV	PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1	Sejarah Umum PT. Lintas Iskandaria	61
4.1.2	Legalitas Usaha PT. Lintas Iskandaria	61
4.1.3	Visi Dan Misi	62
4.1.3.1	Visi	62
4.1.3.2	Misi	62
4.1.4	Logo PT. Lintas Iskandaria	63
4.1.5	Profil Kepengurusan dan Struktur Uraian Jabatan	63
4.1.6	Produk Unggulan PT. Lintas Iskandaria.....	67
4.2.	Hasil Penelitian	70
4.2.1	Karakteristik Responden	71
4.2.2	Pengukuran Efektivitas	75

4.2.2.1 Source Credibility (kredibilitas Sumber)	76
4.2.2.2 Message (pesan)	81
4.2.2.3 Receiver (Penerima Pesan)	91
4.2.2.4 Audience Participation (Partisipasi Pengunjang)	105
4.2.3 Pengukuran Dimensi Efektivitas.....	110
4.2.3.1 Dimensi Source Credibility	110
4.2.3.2 Message.....	112
4.2.3.3 Receiver	115
4.2.3.4 Audience Participation.....	117
4.2.4 Pembahasan	120
BAB V	PENUTUP
5.1. Kesimpulan	126
5.2. Saran	127
5.2.1 Akademis	128
5.2.2 Praktis	128

DAFTAR PUSTAKA
CV
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisata Yang Berangkat pada penerbangan internasional ...	2
Tabel 2.1 Data Sensus Penduduk 2010.....	6
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	56
Tabel 4.1 Skor Skala Likert	60
Tabel 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.2.2 Karakter Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 4.2.3 Karakter Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	73
Tabel 4.2.4 Karakter Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	74
Tabel 4.2.5 Karakter Responden Berdasarkan Pengetahuan Iskandaria	75
Tabel 4.2.6 Pameran Menarik	76
Tabel 4.2.7 Mengenal PT. Lintas Iskandaria	77
Tabel 4.2.8 Informasi Jelas Mengenai jasa PT. Lintas Iskandaria	78
Tabel 4.2.9 Produk dan Jasa PT. Lintas Iskandaria	79
Tabel 4.2.10 Perbandingan Keunggulan Pelayanan	80
Tabel 4.2.11 Ketertarikan Minat Pameran	81
Tabel 4.2.12 SPG menjelaskan dengan Komunikasi Efektif	82
Tabel 4.2.13 Kenyamanan Berada di Booth PT. Lintas Iskandaria.....	83
Tabel 4.2.14 Gaya Bahasa Brosur	84
Tabel 4.2.15 Informasi Yang Disampaikan Mudah Dimengerti	85
Tabel 4.2.16 Informasi SPG Menarik	86
Tabel 4.2.17 Menyimak Informasi SPG	87
Tabel 4.2.18 Merespon Informasi SPG	88
Tabel 4.2.19 Pengunjuk Pendengar Yang Baik	89
Tabel 4.2.20 Komunikasi SPG Ramah	90
Tabel 4.2.21 SPG Menjelaskan Dengan Baik.....	91
Tabel 4.2.22Menyimak Penjelasan	92
Tabel 4.2.23 Informasi Harga Jelas	93
Tabel 4.2.24 Informasi Tentang Berkas Yang Diperoleh dari Event.....	94
Tabel 4.2.25 SPG Informasi Yng Saya Peroleh Lengkap.....	95
Tabel 4.2.26 Informasi Yang Saya Peroleh Jelas.....	96

Tabel 4.2.27 Informasi Yang Saya Peroleh Mudah Dipahami	97
Tabel 4.2.28 Informasi Yang Saya Dapat Memberikan Dampak Positif	98
Tabel 4.2.29 Informasi Baru Tentang Produk PT.Lintas Iskandaria.....	99
Tabel 4.2.30 Program Packet PT.Listas Iskandaria Menarik.....	100
Tabel 4.2.31 Tertarik Pada Program Yang Ditawarkan.....	101
Tabel 4.2.32 Pameran Travel PT.Lintas Iskandaria Menarik Pengunjung.....	102
Tabel 4.2.33 Pameran PT.Lintas Iskandaria Strategis.....	103
Tabel 4.2.34 Akan Memakai Jasa PT.Lintas Iskandaria	104
Tabel 4.2.35 Meneruskan Informasi Kepada Saudara.....	105
Tabel 4.2.36 Mendapat Informasi Produk PT.Lintas Iskandaria	106
Tabel 4.2.37 Melakukan Perjalanan Religi Dari Informasi Event	107
Tabel 4.2.38 Mendapatkan Informasi Melalui Email.....	108

