



**STRATEGI MANAJEMEN EVENT PUBLIC RELATIONS PT.  
GISWANTARA JAYA INDONESIA DALAM MEMBANGUN CITRA  
MELALUI EVENT MUSIK WEEKEND MATES COFFEE**

**LAPORAN SKRIPSI  
TUGAS AKHIR**

**Disusun Oleh :**

**WAHYU NUR AGUSTINA**

**44219010084**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Nur Agustina  
NIM : 44219010084  
Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Tugas Akhir Skripsi Strategi Manajemen Event Public Relations PT. Giswantara Jaya Indonesia dalam membangun citra melalui event Weekend Mates Coffee. Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Tugas Akhir saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 16 Agustus 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Wahyu Nur Agustina

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Wahyu Nur Agustina  
NIM : 44219010084  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Manajemen Event Public Relations PT. Giswantara Jaya Indonesia dalam membangun citra melalui event Weekend Mates Coffee

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing 1 : Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Ikom (.....)  
NIDN : 0330077301  
Ketua Penguji : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si (.....)  
NIDN : 0316026801  
Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom (.....)  
NIDN : 0316129201

Jakarta, 16 Agustus 2023

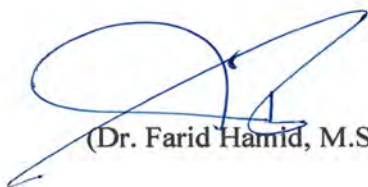
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan penyusunan tugas makalah ini. Penulisan tugas ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh nilai pada Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Judul makalah yang kami ajukan adalah **“STRATEGI MANAJEMEN EVENT PUBLIC RELATIONS PT. GISWANTARA JAYA INDONESIA DALAM MEMBANGUN CITRA MELALUI EVENT MUSIK WEEKEND MATES COFFEE”** Penyusunan dan penulisan tugas makalah ini tidak terlepas dari bantuan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini kami ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya saya ucapkan kepada :

1. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo SH. M.Si selaku dosen pembimbing Tugas Akhir.
2. Mrs. Anindita, S.Pd, M.Ikom. selaku dosen mata kuliah Riset Komunikasi bidang studi *Public relations* Universitas Mercu Buana.
3. Prof.Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Farid Hamid. M.Si. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan banyak ilmu kepada peneliti.
6. Terima kasih kepada PT Giswantara Jaya Indonesia yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk dapat melakukan penelitian.
7. Terima kasih kepada para narasumber penulisan skripsi dari peneliti yang telah meluangkan waktu agar dapat diwawancara oleh penulis.

8. Orang tua peneliti yang sayang penulis cintai, yaitu Jayadi dan Mugiyati Terima kasih karena senantiasa dengan sabar memberikan dukungan serta doa yang tiada henti untuk penulis.
9. Teman – teman Mahasiswa/I program studi *Public relations* 2019 Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan masukan kepada peneliti dalam melakukan penelitian.

Peneliti menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh, karena itu, saya menerima segala kritik dan saran dari seluruh pihak untuk perbaikan selanjutnya demi kesempurnaan proposal skripsi ini. Peneliti berharap penulisan ini memiliki manfaat yang dapat di petik dan di ambil untuk pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan. Demikian yang dapat penulis sampaikan. Terima kasih.

Jakarta, 16 Agustus 2022

Wahyu Nur Agustina



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyu Nur Agustina  
NIM : 44219010084  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Event Public Relations PT. Giswantara Jaya Indonesia dalam membangun citra melalui event musik Weekend Mates Coffee

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Juli 2023

Yang menyatakan,



( Wahyu Nur Agustina )

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1. Jurnal 1 : Analisis Manajemen Event Reyog Jazz Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Budaya dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo (2021).....	10
2.1.2. Jurnal 2 : Strategi Event Management Indonesia HijabFest Dalam Menarik Minat Tenant dan Pengunjung di Era New Normal (2021). ....	11
2.1.3. Jurnal 3 : Manajemen Event Sebagai Praktek PR Dalam Membangun Citra Perusahaan (2018).....	12

2.1.4. Jurnal 4 : Strategi Public Relations PT. Mata Air Makmurindo Dalam Pengelolaan Event Pekan Pendidikan Tinggi: Indonesia Campus Update 2020 Di Jakarta (2021). .....	13
2.1.5. Jurnal 5 : Strategi Public Relations dalam Membangun Citra melalui Pameran Internasional Indonesia Motor Show (IIMS) Yang Diselenggarakan Oleh Perusahaan (2021).....	14
2.2. Kajian Teoritis .....	21
2.2.1 Komunikasi Korporat .....	21
2.2.2. Komunikasi Organisasi.....	22
2.2.3. Marketing Public Relations .....	22
2.2.4. Strategi.....	23
2.2.5. Event Management.....	24
2.2.6. Manajemen Public Relations .....	26
2.2.7. Citra ( <i>Image</i> ).....	27
2.3. Kerangka Berpikir .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1. Paradigma Penelitian.....	30
3.2. Metode Penelitian.....	30
3.3. Subjek Penelitian.....	31
3.4. Teknik Pengumpulan data .....	33
3.5. Teknik Analisis Data .....	34
3.6. Teknik Keabsahan Data.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	37
4.1.1. Sejarah Perusahaan .....	37
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	38
4.1.3. Logo Perusahaan.....	39
4.1.5 Kegiatan yang berlangsung di Weekend Mates Coffee.....	41
4.2. Hasil Penelitian.....	42



4.2.1 Hasil Observasi.....	42
<b>4.3. Pembahasan .....</b>	<b>76</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jurnal Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 4. 1 Hasil Wawancara .....	70



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan .....	39
Gambar 4. 2 Logo Anak Perusahaan.....	39
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi.....	40
Gambar 4. 4 Poster Event Music Mates Untuk Media Sosial.....	44
Gambar 4. 5 Insight Instastory Music Mates Instagram @weekendmates.co .....	45
Gambar 4. 6 Pesiapan dan Sound Check Guest star .....	47
Gambar 4. 7 Situasi Pengunjung di Weekend Mates.....	48
Gambar 4. 8 Penampilan Guest Star .....	52
Gambar 4. 9 Poster Event Music Media Sosial .....	55
Gambar 4. 10 Aktivitas Media sosial Instagram @weekendmates.co .....	57
Gambar 4. 11 Poster Event Music .....	60
Gambar 4. 12 Penampilan Guest Star .....	63
Gambar 4. 13 Suasana Saat Event Berlangsung .....	64
Gambar 4. 14 Detail Poster Musc Mates .....	83

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....	97
Lampiran 2 Pedoman Observasi .....	103
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian dan Kegiatan Wawancara.....	105
Lampiran 4 Surat Permohonan Wawancara.....	107
Lampiran 5 Transkrip Wawancara .....	108
Lampiran 6 Surat Keterangan Selesai Penelitian .....	119
Lampiran 7 CURRICULUM VITAE.....	120

