

ABSTRAK

Nama : Wahyu Nur Agustina
NIM : 4421901084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Strategi Manajemen Event Public Relations PT. Giswantara
Jaya Indonesia dalam membangun citra melalui event musik
Weekend Mates Coffee
Pembimbing : Dr. Irmulansati Tomohardjo SH. M.Si

Kemajuan zaman pada era digital seperti sekarang ini, memulai bisnis tidaklah sulit yang sulit adalah bagaimana membangun citra perusahaan karena membutuhkan usaha yang tidak mudah ditambah lagi banyaknya persaingan bisnis yang ada saat ini. Dengan demikian dibutuhkan adanya inovasi serta kejutan baru agar peningkatan yang ada terlihat tidak monoton.

PT. Giswantara Jaya Indonesia memanfaatkan kegiatan untuk membangun citra nya dengan cara mendekati diri dengan anak muda atau dengan cara yang terbilang modern yaitu membuat event music yang bernama Music Mates. PT. Giswantara Jaya Indonesia memiliki perencanaan dan pengelolaan dalam melaksanakan sebuah event. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen event Public Relations PT. Giswantara Jaya Indonesia dalam membangun citra melalui event musik Weekend Mates Coffee.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan paradigma post positivisme. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan informan kunci dan informan pendukung dari PT. Giswantara Jaya Indonesia sebagai data primer. Sedangkan, untuk data sekundernya menggunakan dokumentasi yang dilakukan selama penelitian. Teknik analisis data digunakan dengan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Giswantara Jaya Indonesia telah menjalani 5 aspek dalam manajemen event Public Relations yang dikemukakan oleh Goldblatt yaitu Research, Design, Planning, Coordinating dan Evaluation.

Melihat pada tahap Research, sebelum melakukan dan menjalankan event pihak perusahaan melakukan riset terlebih dahulu dengan menggunakan metode 5W+1H. Pada tahapan Planning pihak perusahaan menetapkan perencanaan serta persiapan event baik dengan pihak penanggung jawab maupun dengan vendor. Pada tahapan Coordinating pihak perusahaan telah menentukan SDM yang sesuai dengan latar belakang individu dan pendelegasian tugas terhadap masing-masing individu. Pada tahapan Evaluation pihak perusahaan telah melakukan evaluasi baik terhadap kinerja SDM dan evaluasi event yang dilaksanakan.

Kata kunci : Strategi, Manajemen Event, Public Relations, Teori Manajemen Event Goldblatt, Citra

ABSTRAK

Name : Wahyu Nur Agustina
NIM : 4421901084
Study Program : Ilmu Komunikasi
Final Project Title : Strategi Manajemen Event Public Relations PT. Giswantara
Jaya Indonesia dalam membangun citra melalui event musik
Weekend Mates Coffee
Advisor : Dr. Irmulansati Tomohardjo SH. M.Si

In the digital era like today, starting a business is not difficult, what is difficult is how to build a company image because it requires effort that is not easy, plus there is a lot of business competition that exists today. So, there must be innovation and new surprises are needed so that the visible improvements are not monotonous.

PT. Giswantara Jaya Indonesia utilizes activities to build its image by getting closer to young people or in a fairly modern way, namely by holding a music event called Music Mates. PT. Giswantara Jaya Indonesia has planning and management in carrying out an event. This study aims to find out how the event management strategy of PT. Public Relations. Giswantara Jaya Indonesia in building its image through the Weekend Mates Coffee Music Mates event.

This research uses descriptive research method and post positivism paradigm. Data collection was carried out by conducting interviews with key informants and supporting informants from PT. Giswantara Jaya Indonesia as primary data. Meanwhile, for secondary data using documentation conducted during the study. Data analysis techniques are used with data reduction, data presentation and conclusion and verification. The results of this study indicate that PT. Giswantara Jaya Indonesia has undergone 5 aspects in Public Relations event management proposed by Goldblatt namely Research, Design, Planning, Coordinating and Evaluation.

This can be seen at the Research stage, before carrying out and running an event the company conducts research first using the 5W + 1H method. At the planning stage, the company determines the planning and preparation of the event, both with the person in charge and with the vendor. At the Coordinating stage the company has determined human resources that are in accordance with individual backgrounds and delegation of tasks to each individual. At the Evaluation stage, the company has carried out a good evaluation of HR performance and evaluation of the events carried out.

Keywords: Strategy, Event Management, Public Relations, Goldblatt Event Management Theory, Image