



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

***EVENT MANAGEMENT* DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
(DISBUDPAR) PROVINSI BANTEN
DALAM MEMPERKENALKAN PARIWISATA BANTEN**

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Giovanny Gouwardi

12140110156

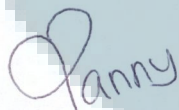
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2016**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan / penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh dan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh siap DICABUT.

Tangerang, 17 Mei 2016



Giovanny Gouwardi

UMMN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

*“Event Management Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten
Dalam Memperkenalkan Pariwisata Banten”*

Oleh
Giovanny Gouwardi

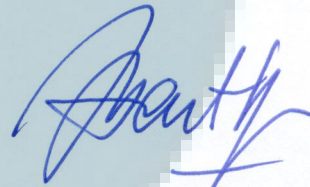
telah diujikan pada hari Selasa, tanggal 07 Juni 2016,
pukul 13.00 s.d. 14.30 dan dinyatakan lulus
dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



M. Kresna Noer Pratama, S.Sos., M.Si.

Penguji Ahli



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

Dosen Pembimbing



Dr. Novita Damayanti, M.Si

**Disahkan Oleh
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Dr. Bertha Sri Eko, M., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang *Event Management* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten (DISBUDPAR) Dalam Memperkenalkan Pariwisata Banten. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan masyarakat akan informasi dan kegiatan pariwisata yang terus berkembang, serta pendapatan pemerintah yang terus meningkat dari sektor pariwisata, maka penting bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk memperkenalkan keunikan, kebudayaan dan keindahan alam yang ada. Dalam menjalankan promosi di bidang pariwisata tentu dibutuhkannya strategi yang tepat dalam menarik pengunjung, serta memberikan informasi yang cukup bagi masyarakat.

Penerapan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep dari Goldblatt dalam *models of global planned event*. Adapun metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivisme, dengan pendekatan kualitatif-deskriptif, metode penelitian studi-kasus, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, dokumentasi dan studi kepustakaan, serta teknik keabsahan data yang menggunakan triangulasi sumber.

Berdasarkan konsep Goldblatt, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten menggunakan semua aspek yang ada, kegiatan *event management* juga merupakan salah satu hal penting bagi DISBUDPAR. Namun dalam pelaksanaan evaluasi yang masih kurang dialami, serta ketidak penggunaan media sosial sebagai salah satu alat dalam melakukan kegiatan pemasaran. Namun dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten melakukan kerjasama dengan berbagai pihak untuk membantu dalam melakukan kegiatan promosinya tersebut.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, *Event Management*, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten.

U
M
M
N

ABSTRACT

This study discusses Event Management Strategy of Culture and Tourism Banten (DISBUDPAR) in Introducing Tourism Banten. This research is motivated by the needs of the community for information and tourism activities continue to grow, as well as increasing government revenues from tourism sector, it is important for the Department of Culture and Tourism to introduce the uniqueness, culture and natural beauty. In running a promotion in the tourism sector certainly needs a good strategy in attracting visitors, and provide sufficient information for the public.

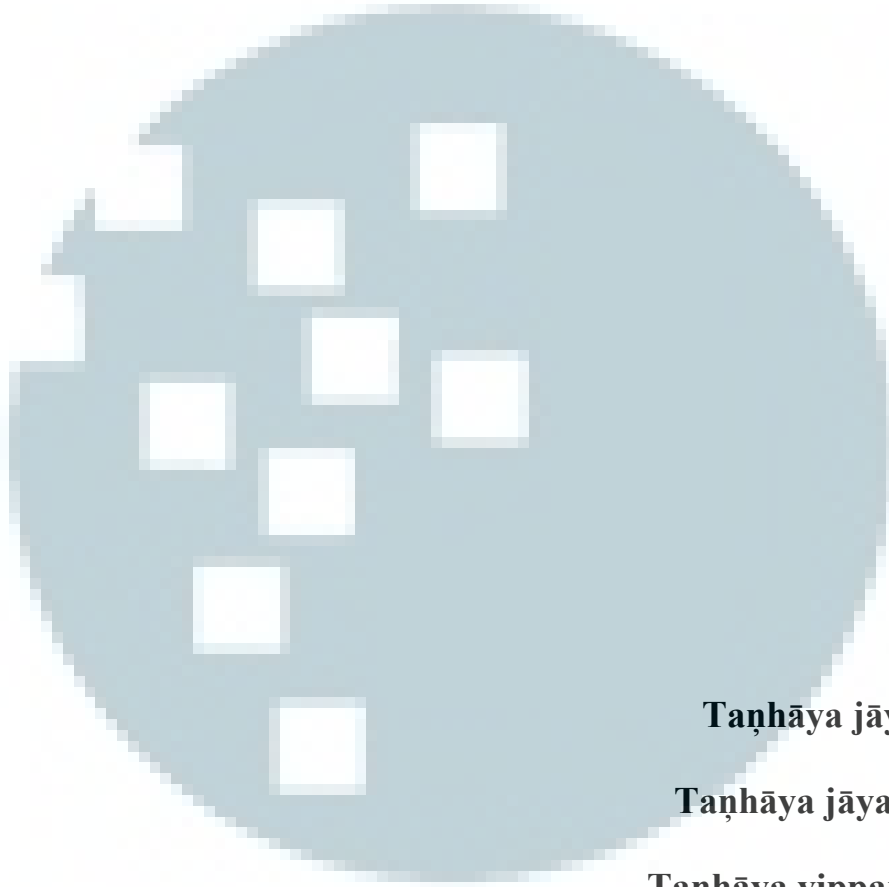
Application of theory and concepts used in this study is the concept of Goldblatt : models of global planned event. The methodology used in this study is the paradigm of post-positivism, with qualitative descriptive approach, case-study method, using data collecting techniques such as in-depth interviews, documentation and study of literature, as well as the technical validity of the data using triangulation sources.

Based on the concept of Goldblatt, marketing strategy from Department of Culture and Tourism of Banten province to use all aspects of existing, event management is application to introduce culture and tourism from Banten. But, only in the evaluation that is still less explored, as well as the lack of the use social media as a tool in conducting marketing activities. But in this case, Banten Province collaboration with many company or government to promote the activities.

Keywords: Strategy, Marketing, *Event Management*, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten

UMMN

HALAMAN PERSEMBAHAN



Taṅhāya jāyatĪ soko –

Taṅhāya jāyatĪ bhayam

Taṅhāya vippamuttassa –

natthi soko kuto bhayam. 216.

*Dari keinginan timbul kesedihan, dari keinginan timbul kekuatan ;
baginya yang telah terbebas dari keinginan, tak ada lagi kesedihan dan
ketakutan. 216.*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi. Skripsi ini diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana (S.Ikom).

Penulisan Skripsi ini disusun sebagai syarat menyelesaikan Program Sarjana bidang *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Segala suka dan duka telah penulis dapatkan ketika menuntut ilmu di kampus tercinta ini.

Penulis menyadari masih ada kekurangan dalam penulisan Skripsi ini. Dalam penyusunan Skripsi ini, tentunya tidak sedikit hambatan dan kendala yang dialami, namun atas dukungan dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya Skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Serta ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak yang selalu mendukung sepanjang proses pembuatan Skripsi:

1. Dr. Novita Damayanti, M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu sabar membimbing, serta selalu memberikan masukan kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
2. Kedua Orang tua tercinta dan terkasih yang telah membesarkan dengan sabar, kasih sayang dan dukungan hingga menjadikan penulis seperti sekarang ini. Juga kepada Glenn Gouwardi, koko penulis yang selalu memberi dorongan dan dukungan berupa doa, masukan untuk penulis. Serta menjadi salah satu motivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

3. Dr. Bertha Sri Eko, M., M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan masukan dan ilmu selama masa perkuliahan.
4. Dewi Utari, dan Deni Hermawan yang telah bersedia membantu dan menjadi narasumber penulis dalam melakukan penelitian ini.
5. Cecep Rukendi yang telah menjadi Narasumber Ahli serta telah memberikan banyak informasi mengenai perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini.
6. Seluruh Tim Marketing Kampus Universitas Multimedia Nusantara atas doa, dorongan serta dukungan yang diberikan. Dikala penulis merasa lelah dan jenuh untuk mengerjakan skripsi, serta menjadi tempat curahan hati penulis.
7. Seluruh teman-teman #CEMEWEWUMN, Nikita Tjandra, Frans Layendra, Lestari Rumata Nancy, Renaldo Sutjiady, Fillycia, Daniel Julianus, David Agus Salim, Anastasia Tabrani, Nanda Reza Pribadi, Calvin Sugandi, Ardelia Mulyani, Fransisca Halim dan Reyandra Dio Boentoro.
8. Linah, Ivana, Richard dan Reinhard, serta seluruh teman main penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
9. Seluruh teman-teman penulis, baik di luar kampus UMN ataupun sahabat-sahabat penulis di kampus tercinta, yang selalu menyemangati meski tidak dapat bertemu lama.
10. Serta untuk seluruh teman-teman perjuangan dari Universitas Multimedia Nusantara yang memberi dukungan dan juga berbagi suka duka selama penyusunan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan yang diberikan kepada penulis dengan tulus dan ikhlas mendapatkan balasan yang setimpal dan imbalan yang berlimpah dari Tuhan YME. Amin.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan semua pihak yang memerlukan.

Tangerang, 17 Mei 2016

Giovanny Gouwardi

UMMN

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT	
LEMBAR PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Teori dan Konsep	12
2.2.1. Komunikasi	13
2.2.2. Bauran Pemasaran	15
2.2.3. Bauran Promosi	16
2.2.4. <i>Marketing Public Relations</i>	18
2.2.5. <i>Scope PR</i>	22
2.2.6. <i>Special Event</i>	25
2.2.7. <i>Perencanaan Event Management</i>	28
2.3. Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODOLOGI	
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian	41
3.2. Metodologi Penelitian	42
3.3. Key Informan dan Informan	42
3.4. Teknik Pengumpulan data	45
3.4.1. Data Primer	45
3.4.2. Data Sekunder	45
3.5. Keabsahan Data	46
3.6. Analisis Isi	47

3.7.Fokus Penelitian.....	50
3.8.Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.Objek Penelitian.....	52
4.1.1. Sejarah.....	52
4.1.2. Potensi wilayah Banten.....	53
4.1.3. Program Pengembangan.....	53
4.1.4. Visi dan Misi.....	54
4.1.5. Struktur Organisasi.....	55
4.2.Hasil Penelitian.....	
4.2.1. Gambaran umum Pariwisata Indonesia.....	57
4.2.2. Pentingnya Komunikasi dalam Promosi Pariwisata.....	59
4.2.3. Tahapan Perencanaan <i>Event Management</i> Banten.....	64
4.2.4. Jenis-jenis <i>Special Event</i> di Banten.....	75
4.3.Pembahasan.....	
4.3.1. <i>Three Ways Strategy</i>	81
4.3.1.1. <i>Pull Strategy</i>	83
4.3.1.2. <i>Push Strategy</i>	84
4.3.1.3. <i>Pass Strategy</i>	86
4.3.2. Bauran Pemasaran.....	88
4.3.3. Bauran Promosi.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 . Kesimpulan.....	91
5.2 . Saran.....	
5.2.1 Saran Akademis.....	94
5.2.2 Saran Praktis.....	95
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu	10
Tabel 2.2.4.1 <i>Push, Pull, Pass, PR Strategy</i>	21
Tabel 2.2.6.1 Tabel SWOT.....	32
Tabel 3.3. Key Informan dan Informan.....	44
Tabel 4.3.1.3 <i>Pull, Push, Pass</i>	87

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.3.1 Bauran Pemasaran.....	18
Gambar 2.2.5.1 <i>PR Scope</i>	23
Gambar 2.2.6.1. <i>Event Leadership Process</i>	29
Gambar 2.2.6.2. <i>Quantitative Pre-Event Survey Model</i>	30
Gambar 2.2.6.3 <i>Time / Space / Tempo</i>	35
Gambar 2.2.6.4 <i>Planned Event Process</i>	38
Gambar 4.1.5. Struktur Organisasi	55
Gambar 4.2. Website Disbudpar Banten.....	58

UMMN