



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.

**STRATEGI *EVENT* STARTEEN 2014 DALAM
MEMPERKUAT *BRAND IMAGE* MAJALAH
HIGHEND TEEN**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Iriana

10120110128

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2015**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari 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.

Tangerang, 26 Februari 2015

Iriana

UMN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“STRATEGI *EVENT* STARTEEN 2014 DALAM MEMPERKUAT
BRAND IMAGE MAJALAH HIGHEND TEEN”

oleh

Iriana

Telah diujiakan pada Senin, 9 Februari 2015, pukul 09.00 – 11.00 WIB
dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si.

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

Dosen Pembimbing

Dra. Mathilda Agnes Maria Wowor, M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

HALAMAN PERSEMBAHAN

“ For attractive lips, speak words of kindness.

For lovely eyes, seek out the good in people.

For beautiful hair, let a child run their fingers through it once a day.

For poise, walk with the knowledge that you never walk alone.

*People, more than things, have to be restored, renewed, revived,
reclaimed, and redeemed.*

*Remember, if you ever need a helping hand, you will find one at the end of
each of your arms.*

As you grow older, you will discover that you have two hands,

One for helping yourself

And

the other for helping others.”

(Sam Levenson)

UMN

KATA PENGANTAR

Kelimpahan inspirasi dari TuhanYang Maha Esa sungguh menjadi sumber pengetahuan penulis dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI EVENT STARTEEN 2014 DALAM MEMPERKUAT BRAND IMAGE MAJALAH HIGHEND TEEN”. Oleh karena itu, penulis mengucapkan syukur karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini diajukan kepada Program Strata 1,Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Multimedia Nusantara. Tempat pembelajaran yang penuh cerita dan memori yang membuat penulis bersemangat untuk menjalani perkuliahan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Mathilda Agnes Maria Wowor, M.Si.yang membimbing pembuatan skripsi dan yang telah mengajar penulis tata cara menulis karya ilmiah dengan benar.
2. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,UMN, dan Ambang Priyonggo, M.A.
3. Pihak Majalah HighEnd Teen, Samuel , Billy Febianto, dan Gregorius Andhika yang telah bersedia membantu peneliti sebagai objek penelitian skripsi sekaligus menjadi narasumber.
4. Teman – teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi; Paulus Ardiansyah, Greeta Sadeli, Rika Maya S, Alfin, Steven Huang dan lain-lain.
5. Teman – teman di *Quality Time*, Paulus, Daniel, Davin, Kelvin, Chandra, Cathlin Gracia, Cindy Rostandy, Denisa Giovani, Jessica, Tiffany G, Jeane yang selalu menjadi motivasi tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi.

6. Seluruh teman – teman penulis selama perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara yang tidak bisa penulis ucapkan satu per satu.

Sangatlah wajib penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga: Mamadan Papa serta Adik tercinta yang selalu mendukung dan memercayakan penulis melalui doa dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, Februari 2015

Penulis

Iriana

UMN

STRATEGI *EVENT* STARTEEN 2014 DALAM MEMPERKUAT

BRAND IMAGE MAJALAH HIGHEND TEEN

ABSTRAK

Oleh: Iriana

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan era globalisasi saat ini yang diiringi semakin berkembangnya industri media massa, khususnya media cetak dalam mensiasati kebutuhan informasi akan para pembacanya. Salah satu bentuk media massa yang dijumpai adalah majalah

Banyaknya majalah yang bersaing merebut hati pembaca, sehingga dibutuhkan strategi untuk memperkuat *brand image* menjadi sangat penting. Biasanya perusahaan menggunakan strategi *public relations* dalam hal ini adalah *event*.

Tujuan penelitian ini bertujuan guna mengetahui strategi *event* yang dibuat oleh Majalah HighEnd Teen dalam memperkuat *brand image* majalahnya sebagai majalah remaja.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode studi kasus kualitatif dengan paradigma postpositivis untuk mengungkapkan kebenaran teori yang digunakan dalam penelitian Strategi *Event* Starteen 2014 dalam memperkuat *Brand Image* Majalah HighEnd Teen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah event ditentukan melalui konsep dan tujuan awal yang terencana dan baik seperti yang dijelaskan oleh Glenn A.J.Bowdin mengenai model *Conceptualizing the Events*.

Keyword: *Public Relations, Event, Brand Image, Majalah.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Akademik.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 <i>Public Relations</i>	15
2.2.1 Definisi <i>Public Relations</i>	15
2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	15
2.2.3 Tugas <i>Public Relations</i>	17

2.3 Media Massa	18
2.3.1 Majalah.....	19
2.3.2 Tujuan produksi Majalah	21
2.4 <i>Special Event</i>	22
2.4.1 Definisi <i>Special Events</i>	22
2.4.2 Fungsi <i>Special Events</i>	24
2.5 <i>Conceptualizing the Events</i>	25
2.6 Teori Pembentukan <i>Image</i>	30
2.7 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	33
2.7.1 <i>Brand</i> (Merek).....	33
2.7.2 <i>Image</i> (Citra)	35
2.7.3 <i>Brand Image</i>	37
2.8 Kerangka Berpikir	39
 BAB III METODOLOGI.....	40
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian.....	42
3.3 Key Informan	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1 Data Primer	45
3.4.2 Data Sekunder	45
3.5 Teknik Keabsahan Data	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.7 Fokus Penelitian	48
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.1 Profil Perusahaan	50

4.1.2 Logo Perusahaan	51
4.1.3 Visi Majalah HighEnd Teen.....	52
4.1.4 Misi Majalah HighEnd Teen.....	52
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Latar Belakang terbitnya Majalah HighEnd Teen	53
4.2.2 Target Pembaca Majalah HighEnd Teen	54
4.2.3 Event Starteen 2014	54
4.2.4 <i>Brand Ambassador</i> Majalah HighEndTeen	61
4.3 Pembahasan.....	62
4.3.1 <i>The Host Organizations</i>	62
4.3.2 <i>The Host Community</i>	64
4.3.3 Sponsor.....	66
4.3.4 Media	68
4.3.5 <i>Co-Worker</i>	70
4.3.6 <i>Participants and Spectators</i>	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Simpulan	75
5.2.1 Saran Akademis.....	76
5.2.2 Saran Praktis	76
Daftar Pustaka	77
Lampiran	80

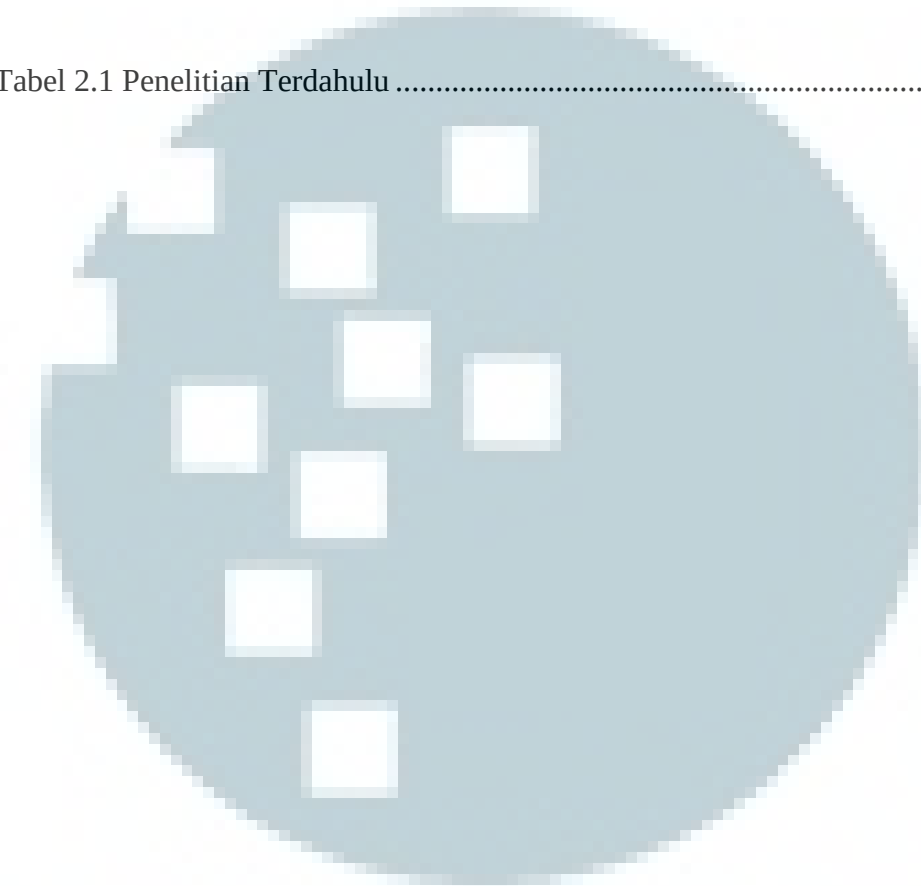
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5 <i>Model Conceptualizing the Events</i>	26
Gambar 2.6 Proses Pembentukan <i>image</i>	31
Gambar 3.7 <i>Model Conceptualizing the events</i>	49
Gambar 4.1 Logo Majalah HigEnd Teen.....	51

UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
--------------------------------------	----



UMN