



### **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 Manajemen dalam Mempertemukan  
Ekspektasi Pelanggan  
(Studi Kasus pada *She La Vie Wedding Organizer*)

SKRIPSI



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

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

**Yustine Setiawan**

12140110023

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 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, 25 Juli 2016

(Yustine Setiawan)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul  
“Strategi Event Manajemen dalam Mempertemukan Espektasi Pelanggan  
(Studi Kasus pada Shela Vie Wedding Organizer)”

oleh

Yustine Setiawan

telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 25 Juli 2016

Dosen Pembimbing

Dra. Mathilda AMW Birowo, M.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul  
“Strategi Event Manajement dalam Mempertemukan Ekspektasi Pelanggan  
(Studi Kasus pada Shela Vie Wedding Organizer)”

oleh

Yustine Setiawan

telah diujikan pada hari Selasa, tanggal 2 Agustus 2016 pukul 09.30 s.d. 11.00 dan  
dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Inco Hary Perdana, M. Si.

Mochammad Kresna N., S. Sos., M. Si.

Dosen Pembimbing

Dra. Mathilda AMW Birowo, M.Si

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi - UMN

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

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti-hentinya dipanjatkan oleh penulis kepada Tuhan YME karena kasih karunia-Nya yang tak berkesudahan memungkinkan penulis untuk menyelesaikan skripsi sebagai salah satu prasyarat gelar strata satu (S-1) Ilmu Komunikasi. Sesungguhnya penulis tidak dibiarkan sendiri dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan berkat dan selalu melindungi penulis, serta selalu diberikan kesempatan untuk dapat memperoleh hidup yang lebih baik lagi.
2. Kedua orang tua, Satyawan and Marcella Cindra atas dukungan, kesabaran, maupun bimbingan yang diberikan di saat penulis melakukan kerja magang maupun ketika menyelesaikan skripsi ini.
3. Dra. Mathilda AMW, M.Si. selaku pembimbing magang yang senantiasa bersabar dalam menghadapi penulis yang sering melakukan kesalahan dalam pembuatan skripsi, serta memberikan kritik dan saran yang tajam serta membangun agar penulis mampu menyelesaikan laporan ini dengan sebaik mungkin.
4. Teman-teman yang selalu mendukung dari belakang, Erick Purnomo, Dhea, Ko Afan, Ko Daniel, terimakasih karena selalu ada bagi penulis di waktu penulis panik dan bingung dalam menyelesaikan skripsi.

Karya tulis ilmiah ini dipersembahkan untuk Universitas Multimedia Nusantara, tempat penulis melaksanakan kegiatan perkuliahan untuk mendapatkan gelar Strata-1. Semoga kelak karya tulis ini dapat berguna untuk generasi selanjutnya, sebagai penambah pengetahuan ataupun sebagai referensi dalam penulisan skripsi.

Akhir kata, skripsi ini tidaklah sempurna, masih terdapat kekurangan dan kesalahan, baik yang disadari maupun tidak disadari. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua yang meluangkan waktunya untuk membaca. Kritik dan saran dari segala pihak sangatlah berharga bagi penulis.

Terima kasih.

Tangerang, 25 Juli 2016

UMMN

Yustine Setiawan

## Daftar Isi

JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Perumusan Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II KERANGKA TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Teori.....	10
2.2.1 <i>Public relations</i> .....	10
2.2.2 <i>Event Management</i> .....	14
2.2.3 <i>Wedding Organizer</i> .....	26
2.2.4 <i>Komunikasi Antarpribadi</i> .....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	34
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Key Informan dan Informan.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5 Keabsahan Data.....	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	38



BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum She La Vie <i>Wedding Organizer</i> .....	41
4.1.1 Profil Perusahaan .....	41
4.1.2 Sejarah Perusahaan .....	42
4.1.3 Visi dan Misi She La Vie <i>Wedding Organizer</i> .....	43
4.1.4 Tujuan, Tugas dan Fungsi She La Vie <i>Wedding Organizer</i> .....	44
4.1.5 Struktur Organisasi She La Vie <i>Wedding Organizer</i> .....	45
4.2 Objek Penelitian .....	47
4.2.1 She La Vie <i>Wedding Organizer</i> .....	47
4.3 Hasil Penelitian.....	50
4.4 Pembahasan .....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran .....	67
5.2.1 Praktis.....	67
5.2.2 Akademis .....	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

UMMN

## Daftar Gambar

Gambar 3.1 Teknik Analisis Data.....	39
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	41
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	45
Gambar 4.3 Cakupan kerja Shela Vie WO.....	47
Gambar 4.4 Vendor Dekorasi.....	48
Gambar 4.5 Vendor Bridal.....	49
Gambar 4.6 Kerjasama Vendor.....	49

UMMN

# STRATEGI EVENT MANAJEMEN DALAM MEMPERTEMUKAN EKSPEKTASI PELANGGAN

(STUDI KASUS PADA SHE LA VIE WEDDING ORGANIZER)

## ABSTRAK

Oleh : Yustine Setiawan

*Event* adalah ritual spesial, penampilan atau festival yang sudah direncanakan dan di buat untuk menandai peristiwa-peristiwa tertentu atau untuk mencapai suatu kegiatan sosial, budaya, atau tujuan bersama. *Event* dalam konteks sebuah perusahaan dinamakan *corporate event* yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan. namun, tidak hanya perusahaan tetapi terdapat juga jenis *event* lainnya. Salah satunya adalah *event* pernikahan. Hal ini sangat berbeda sekali dengan *event* yang diselenggarakan oleh perusahaan demi kepentingan dan tujuan perusahaan. Dalam *event* pernikahan, harus mencerminkan betul keinginan dari calon pengantin. Dengan kesibukan di kota besar seperti kota Jakarta ini, banyak sekali calon pengantin yang tidak dapat mengurus acara pernikahannya, sehingga profesi *weddig organizer* menjadi solusinya.

Judul skripsi ini adalah “strategi *event* manajemen dalam mempertemukan ekspektasi pelanggan (studi kasus pada She La Vie Wedding Organizer)”. Tujuannya untuk mengetahui strategi *event management* yang di lakukan oleh She La Vie wedding organizer dan juga untuk mengetahui bagaimana strategi tersebut dapat mempertemukan ekspektasi pelanggan. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model penelitian deskriptif dengan jenis data kualitatif. Metode penelitiannya yaitu studi kasus, sumber data diperoleh melalui pengamatan, wawancara, refrensi buku, jurnal dan penelitian sejenis. Peneliti juga melakukan wawancara dengan Sheila Lesmana, Lolo Sianipar, dan juga melakukan pengamatan dalam implementasi kerja She La Vie WO. Hasil penelitian ini adalah bahwa *event* manajemen yang terjadi dalam She La Vie Wedding Organizer sudah cukup baik dalam membantu pengantin untuk mempertemukan ekspektasi pernikahan impiannya.

Kata Kunci : *event manajemen, wedding organizer, She La Vie Wedding Organizer*

# EVENT MANAGEMENT STRATEGY TO UNITE THE CUSTOMER EXPCTATION

(CASE STUDY : SHE LA VIE WEDDING ORGANIZER)

## ABSTRACT

By : Yustine Setiawan

Event is a special ritual, the appointment, appearance, or festivals are definitely planned and created to mark specific events or to achieve social, cultural, or the destination together. Event in the context of a company called corporate event, the goal to achieve a common goal for the benefit of the company. However, not only the company but there are also other types of event. One of them is event wedding or wedding, this is very different from the event held within the company because in the event of marriage should reflect pure the personal desire of the bride. With the fast-paced in big cities such as Jakarta, people wanting to hold a wedding party no longer has the time to take care of their weddings, and Wedding Organizer profession emerged as the solution.

The title of the thesis is "Event Management Strategy to Unite The Customer Expectations (case study: She La Vie Wedding Organizer)". The goals are to know strategies event management performed by She La Vie wedding organizer and can find out how strategies are able to meet customer expectations. The model used in the study is descriptive models with qualitative data types. The research model used case study. Source data obtained through observation, interview, references books, journals and research of its kind. Researchers conduct interviews with Sheila Lesmana, Lolo Sianipar, and also do observation in She La Vie WO implementation.

The research results obtained from that event management happens in She La Vie Wedding Organizer in helping a bride to meet expectations of the event their marriage is already pretty good and assist.

*Keywords: event management, wedding organizer, She La Vie Wedding Organizer*