



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.

**ANALISIS STRATEGI *EVENT PLANNING* “ART
JAKARTA 2017” DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MAJALAH
HARPER’S BAZAAR INDONESIA SEBAGAI
MAJALAH MASYARAKAT GOLONGAN
MENENGAH KE ATAS**

SKRIPSI



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

Ria Meilinda

14140110179

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI *MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS*

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“ANALISIS STRATEGI EVENT PLANNING “ART JAKARTA 2017” DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MAJALAH HARPER’S BAZAAR
INDONESIA SEBAGAI MAJALAH MASYARAKAT GOLONGAN KE
ATAS”

oleh

Ria Meilinda

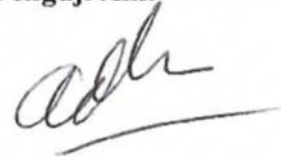
Telah diujikan pada hari Kamis, 25 Oktober 2018, pukul 15.00 – 16.00 dan
dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A.

Penguji Ahli



Adhi Gurmilang, S.Sos., M.Si.

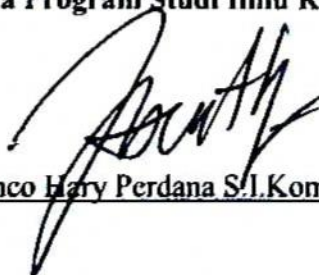
Dosen Pembimbing



Asep Sutresna, MA

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ria Meilinda
NIM : 14140110179
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa saya telah membuat skripsi dengan judul :

STRATEGI EVENT PLANNING “ART JAKARTA 2017” DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MAJALAH HARPER’S BAZAAR
INDONESIA SEBAGAI MAJALAH MASYARAKAT GOLONGAN KE ATAS

Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau Lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan pada Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari ditemukan kecurangan dalam penulisan skripsi ini, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus mata kuliah skripsi ini.

Tangerang, 5 Oktober 2018



Ria Meilinda

KATA PENGANTAR

Perasaan bangga dan bahagia luar biasa ketika peneliti dapat meletakkan tanda titik terakhir pada penelitian ini. Hanya ucapan syukur dan terima kasih yang dapat peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena peneliti dapat menyelesaikan penelitian kualitatif guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar S.I.Kom. ini dengan judul *“Analisis Strategi Event Planning Art Jakarta 2017 dalam Mempertahankan Eksistensi Majalah Harper’s Bazaar Indonesia sebagai Majalah Masyarakat Golongan Ke Atas”*.

Dalam proses penelitian ini, ada banyak pihak yang mendukung dan membantu peneliti. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yaitu:

1. Bapak Asep Sutresna, MA, selaku pembimbing peneliti yang selalu bersedia menjawab setiap pertanyaan peneliti dalam mengerjakan penelitian ini.
2. Bapak Inco Hary Perdana selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. Kedua orang tua dan adik peneliti yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

4. Asteria Elanda dan Ryan Singgih dari *MRA Printed Media Division* yang telah bersedia untuk menjadi informan peneliti sehingga peneliti dapat dengan lancar menyelesaikan penelitian ini.
5. Putri Renanda, Felicita Santoso, Dimas Justianus, Christina Andrea, dan Cerwyn Chandra selaku sahabat peneliti yang selalu setia menemani, memberi semangat, dan mendukung peneliti saat peneliti sedang mengalami persoalan dalam mengerjakan penelitian ini.
6. Rachel Feliana Yalow, sebagai teman yang selalu ada di sisi peneliti baik dalam suka maupun duka, teman yang dengan senang hati mendengar keluh kesah peneliti baik mengenai penelitian maupun kehidupan pribadi.
7. Yoanita Simanjuntak, Alvita Chen, Siti Astrid, Nila Marita, Ardiningtyas, Rijal Samka, dan Raisa Oktovera, selaku rekan kerja peneliti di GO-JEK Indonesia yang selalu mendukung peneliti, memberi masukan, mengisi hari-hari peneliti serta dengan sabar mendengar keluh kesah peneliti.
8. Miss UMN 2016, Mr. & Ms. UMN 2017, Koko Cici Jakarta, Koko Cici Indonesia, dan Teater Katak yang menjadi wadah peneliti untuk berkembang selama peneliti berada di bangku perkuliahan.
9. Serta pihak-pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca. Peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian yang selanjutnya. Terima kasih.

Jakarta, 5 Oktober 2018

Ria Meilinda



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.6 Keterbatasan Penelitian.....	8
BAB II KERANGKA PENELITIAN.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori atau Konsep-Konsep yang Digunakan.....	13
2.3 Alur Penelitian.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Paradigma Penelitian.....	39
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	39
3.3 Metode Penelitian.....	41
3.4 Key Informan dan Informan (Studi Kasus).....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Keabsahan Data.....	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.3 Pembahasan.....	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Simpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR TABEL

Gambar 2.1.....	11
Gambar 2.2.....	20
Gambar 2.3.....	25
Gambar 4.1.....	49
Gambar 4.2.....	53

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

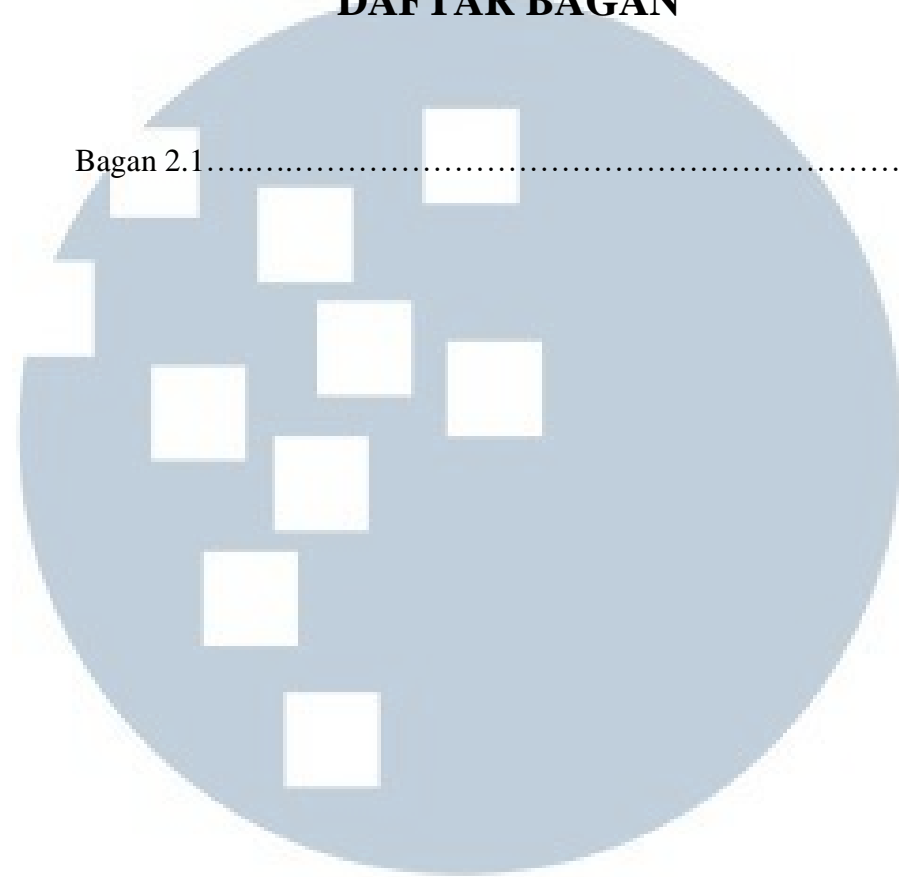
Gambar 2.1.....	14
Gambar 4.1.....	51
Gambar 4.2.....	51
Gambar 4.3.....	52
Gambar 4.4.....	61
Gambar 4.5.....	63

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1.....	37
----------------	----



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRAK

Penelitian dari tirto.id menemukan bahwa hanya ada 1.7% generasi Z yang mendapatkan informasi melalui surat kabar. Hal ini tentu saja disebabkan oleh perkembangan media sosial, sehingga media cetak mulai ditinggalkan oleh para pembacanya. Sebagai majalah dengan target audiens masyarakat SES (*Socio Economic Status*) A, Harper's Bazaar Indonesia perlu mempertahankan eksistensi majalahnya agar terus mendapatkan perhatian dari target audiens mereka.

“Art Jakarta” merupakan *annual event* yang telah diselenggarakan oleh Harper's Bazaar Indonesia sejak tahun 2009. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk menjabarkan strategi *event planning* yang digunakan. Tujuan dari dilaksanakannya *special event* ini adalah untuk mempertahankan eksistensi majalah Harper's Bazaar itu sendiri. Survei yang dilakukan oleh Nielsen pada tahun 2017 menyatakan adanya penetrasi pembaca media cetak sebanyak 8%, hal ini membuktikan bahwa perusahaan media cetak perlu mempertahankan keberadaan medianya.

Penelitian ini membuktikan bahwa sebuah *event* dapat mempertahankan eksistensi sebuah perusahaan jika dilaksanakan dengan perencanaan yang benar.

Namun tidak melupakan aspek-aspek lain dalam sebuah *event* yaitu *media relations*.

Kata Kunci: *event planning, public relations, IMC*

ABSTRACT

A study by tirto.id found that there are only 1.7% Z generation that read printed media. This thing happen because of social media growth around us, makes printed-media left by the public. As a high-end magazine with SES (Socio-Economic Status) A audiences, Harper's Bazaar Indonesia need to keep their existence so their audiences will keep them on eyes.

"Art Jakarta" is an annual event that has been held by Harper's Bazaar Indonesia since 2009. Researcher uses descriptive qualitative research methods to describe the event planning strategies used. The purpose of this special event is to maintain the existence of Harper's Bazaar magazine itself. The survey conducted by Nielsen in 2017 stated the penetration of print media readers as much as 8%, this proves that print media companies need to maintain their media presence.

This research proves that an event can maintain the existence of a company is carried out with proper planning. But not forgetting other aspects of an event, namely media relations.

Keywords: event planning, public relations, IMC

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A