



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 MARKETING PUBLIC RELATIONS

DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT:

Studi Kasus pada *Event Juru Bicara Stand-Up Comedy World Tour*

Oleh Pandji Pragiwaksono

SKRIPSI



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

AGUNG AKSARA PUTRA

13140110085

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS

DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT:

STUDI KASUS PADA EVENT JURU BICARA

STAND-UP COMEDY WORLD TOUR OLEH PANDJI PRAGIWAKSONO”

oleh

Agung Aksara Putra

telah diujikan pada hari Jumat, 28 Juli 2017, pukul 08.30 s.d. 10.00 WIB

dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Wildan Hakim, M.Si.

Calvin Eko Hadi Saputro, S.E., MM.

Dosen Pembimbing

Cherry Kartika, S. IP., M. Ikom

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul “STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT: STUDI KASUS PADA EVENT JURU BICARA STAND-UP COMEDY WORLD TOUR OLEH PANDJI PRAGIWAKSONO” adalah benar karya saya sendiri, bukan merupakan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang atau lembaga lain, dan/atau semua penelitian yang menjadi sumber rujukan dalam penelitian ini. Semua karya ilmiah yang dirujuk pada penelitian ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan pada lembar Daftar Pustaka.

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

Tangerang, 1 Agustus 2017

Agung Aksara Putra

A large, stylized, handwritten signature in black ink that reads "AGUNG AKSARA PUTRA". The signature is fluid and cursive, with varying line thicknesses.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Berusahalah untuk lulus karena kamu telah memilih untuk kuliah.

(@kampusholic)

Jangan pernah bunuh mimpi kamu, karena mimpi nggak bisa mati.

Sekeras apapun kamu pukul, mimpi itu hanya akan pingsan,
dan bangun di usia tua dalam bentuk penyesalan.

(Alm. Ayahanda dari Pandji Pragiwaksono)

Kelak akan ada orang yang berdiri di depan lu
dan bilang bahwa mimpi lu tidak mungkin.

Katakan ini kepada mereka:
“Tidak mungkin itu buat lu, bukan buat gua.”

(Pandji Pragiwaksono)



KATA PENGANTAR

Setiap pencapaian besar bermula dari sebuah langkah kecil. Dengan selesainya penelitian ini, maka berakhirlah pula masa perkuliahan penulis dan diharapkan menjadi langkah awal menuju pencapaian besar di masa depan.

Skripsi berjudul “Strategi Marketing Public Relations dalam Mempromosikan Event: Studi Kasus pada Event Juru Bicara Stand-Up Comedy World Tour oleh Pandji Pragiwaksono” diajukan sebagai syarat guna menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dari Universitas Multimedia Nusantara.

Tentunya, penelitian ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Rasa syukur dan terima kasih penulis haturkan kepada Tuhan yang Maha Pengasih atas penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, penulis juga hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Cherry Kartika, S.Ip., M.Ikom. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak masukan, saran, motivasi kepada penulis serta meluangkan waktunya hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Pandji Pragiwaksono, selaku narasumber utama, idola, sekaligus inspirasi yang menyambut baik dan mendukung penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk diwawancara. I’m a very grateful Wongsoyudan. Goks!
4. Vira Harahap, sekretaris Pandji Pragiwaksono sekaligus tim promosi Bersama Wulan, serta Zaindra selaku manajer Pandji, yang bersedia meluangkan waktu untuk diwawancara serta memberi data pendukung.

5. Sania Makki, selaku narasumber ahli yang memberi dukungan, pengarahan, dan ilmunya untuk membantu penulis menyelesaikan penelitian ini. You got my highest respect, Ma'am!
6. Joe Nawa & Elizabeth, Lingga Aksara, dan Gisela Aksara yang senantiasa memberi dukungan dan bantuan baik secara moral maupun spiritual sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. To my magic beans: Felix Lidwino, Kinanti Odelia, Ditania Melivia Adiputri, dan Devina Claresta Octaviani. Dari skripsi aku belajar tentang perjuangan, dari kalian aku belajar tentang persahabatan. We did it!
8. Christopher Varian, Dea Andriani, Vania Josephine, Ananda Christie, Patricia Melissa, Suci Fransiska, Nadia Callista, Adrian Renardi, dan Claudia Suwardi yang telah memberi berbagai bentuk bantuan kepada penulis hingga penelitian ini dapat terselesaikan.
9. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari ketidak sempurnaan laporan ini dalam berbagai aspek. Maka dari itu, kritik dan saran sangat dihargai dan diterima secara terbuka untuk menyempurnakan penelitian ini. Penulis juga berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi mereka yang membacanya.

ABSTRAK

Strategi *Marketing Public Relations* dalam Mempromosikan *Event*: Studi Kasus pada *Event Juru Bicara Stand-Up Comedy World Tour* oleh Pandji Pragiwaksono

Oleh: Agung Aksara Putra (13140110085)

Lahirnya konsep *Marketing Public Relations* yang efektif dalam membangun citra sekaligus meningkatkan penjualan membuat MPR digunakan di berbagai bidang, salah satunya adalah dunia *entertainment*. Sebagai orang yang hidup dari karya, para seniman dituntut untuk memahami promosi yang baik agar hasil karya tersebut dapat menjadi penghasilan hidup mereka. Pandji Pragiwaksono sebagai salah satu seniman Indonesia menggunakan MPR untuk mempromosikan karya terbarunya, yaitu Juru Bicara *Stand-Up Comedy World Tour*. Hal ini menarik karena sebuah *event* dijual sebagai produk, bukan sebagai alat promosi. Hasilnya terbukti sukses dengan terjualnya 3.000 tiket pertunjukan Juru Bicara Jakarta sebagai pertunjukan penutup.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi MPR yang dilakukan oleh Pandji Pragiwaksono dan tim untuk mempromosikan *event* Juru Bicara *Stand-Up Comedy World Tour*. Penelitian ini menggunakan konsep *Public Relations*, *Marketing Public Relations* versi Thomas L. Harris dan Patricia T. Whalen, Promosi, dan *Event*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan mengadaptasi model Studi Kasus Intrinsik dari Robert E. Stake. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan Pandji Pragiwaksono (Kreator Juru Bicara), Vira Harahap (Tim Promosi bagian media), Wulan (Tim Promosi bagian media sosial), Zaindra Putra (Manajer Pandji dan *Project Officer* Juru Bicara) serta Samia Makki (*Branding Consultant*) selaku narasumber ahli, serta dengan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan Pandji dan tim melakukan seluruh tahapan strategi MPR dengan caranya sendiri. Pandji menggunakan MPR guna membangun *engagement* dengan publik sebelum masuki tahap *purchase*.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations*, *Event*, Juru Bicara, *Stand-Up Comedy*, Pandji Pragiwaksono.

ABSTRACT

A Marketing Public Relations Strategy in Promoting Events: A Case Study on Juru Bicara Stand-Up Comedy World Tour Event by Pandji Pragiwaksono

by: Agung Aksara Putra (13140110085)

The Marketing Public Relations (MPR) concept has been used by public relations practitioners around the world for its effectiveness in increasing sales, as well as building the image of the company. This concept is used widely in almost every field of business, including entertainment. As people who live to create, artists are encouraged to understand the concept of good promotion. This is to ensure that they would be able to make a living out of their creations. Pandji Pragiwaksono is one of the Indonesian artists that use the MPR concept to promote Juru Bicara Stand-Up Comedy World Tour, his latest work. Pandji's usage of the MPR concept is a different take on promotion, as an event is being sold as a product, not as a promotion tool. The success of this method can be measured by the number of tickets sold – 3,000 at his closing show at Jakarta.

This thesis aimed to observe how Pandji used the MPR strategy to promote his event. The paper will use the concept of Public Relations, Marketing Public Relations – by Thomas L. Harris and Patricia T. Whalen, Promotion, and Event. It will also use the qualitative approach with the paradigm of constructivism, and to adapt the Intrinsic case study by Robert E. Stake. The technic used to collect the data is by interviewing Pandji Pragiwaksono (Creator), Visa Harahap (Media Promotion Team), Wulan (Social Media Promotion Team), Zaindra Putra (Pandji's Manager and Project Officer), and Sania Makki (Branding Consultant). The data collected will be used as the basis of this thesis.

The findings show that Pandji and his team have used all the steps of the MPR strategy in their own way. Pandji used MPR to build engagement with the public before they makes their way to the purchase stage.

Key words: Marketing Public Relations, Event, Juru Bicara, Stand-Up Comedy, Pandji Pragiwaksono.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii

BAB I : PENDAHULUAN.....	1
---------------------------------	----------

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9

BAB II : KERANGKA TEORI/KERANGKA PEMIKIRAN	10
---	-----------

2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Teori dan Konsep yang Digunakan	14
2.2.1. <i>Public Relations</i>	14
2.2.2. <i>Marketing Public Relations</i>	19
2.2.3. <i>The MPR Strategic Planning Process</i>	24
2.2.4. Promosi.....	32
2.2.5. <i>Event</i>	34
2.3. Kerangka Pemikiran	38

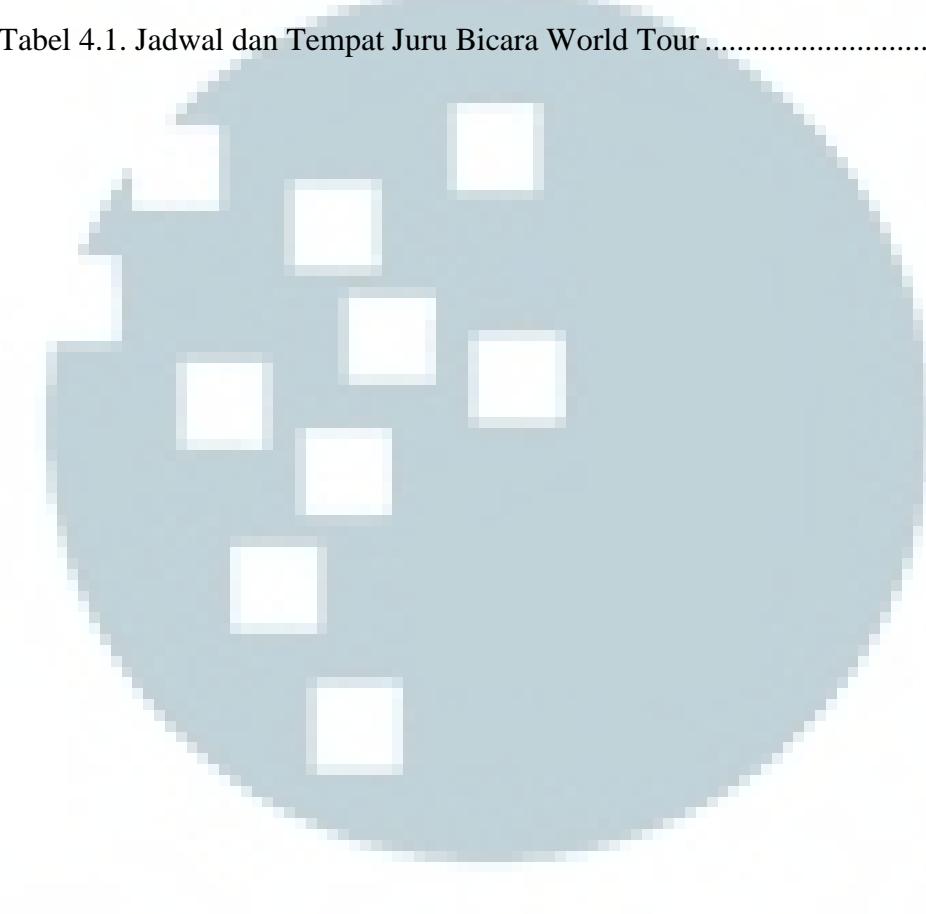
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian.....	40
3.2. Metode Penelitian.....	44
3.3. <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>	47
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5. Keabsahan Data.....	50
3.6. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Subjek Penelitian.....	55
4.1.1. Juru Bicara <i>Stand-Up Comedy World Tour</i>	55
4.2. Hasil Penelitian	57
4.2.1. Penggunaan <i>Marketing Public Relations</i>	57
4.2.2. Penerapan <i>The MPR Strategic Planning Process</i>	59
4.3. Pembahasan	101
4.3.1. <i>Whalen's 7-Step Strategic Planning Process</i>	102
BAB V : SIMPULAN DAN SARAN	131
5.1. Simpulan.....	131
5.2. Saran.....	132
5.2.1. Saran Akademis.....	132
5.2.2. Saran Praktis.....	132
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Whalen's 7-Step Strategic Planning Process</i>	25
Gambar 4.1. Logo Juru Bicara World Tour	57
Gambar 4.2. Pandji Melakukan <i>Openmic</i>	76
Gambar 4.3. <i>Scavenger Hunt</i> oleh Pandji Pragiwaksono	77
Gambar 4.4. Interaksi di Twitter	78
Gambar 4.5. Foto Pemenang <i>Scavenger Hunt</i>	79
Gambar 4.6. Potongan <i>Website</i> Juru Bicara World Tour.....	79
Gambar 4.7. <i>Merchandise</i> Juru Bicara.....	80
Gambar 4.8. <i>Storytelling</i> via Twitter	81
Gambar 4.9. <i>Meme</i> Topik Juru Bicara World Tour	82
Gambar 4.10. Salah Satu Tulisan Blog Pandji.....	83
Gambar 4.11. <i>Endorsement</i> dari Pangeran Siahaan	84
Gambar 4.12. <i>Interview</i> di Radio	86
Gambar 4.13. Kontras Sebagai <i>Official Content Partner</i>	87
Gambar 4.14. Menu Spesial dari Coffee Toffee Sebagai Partner	88
Gambar 4.15. Pandji dan Tim di Shibuya Crossing.....	89
Gambar 4.16. <i>Street Team</i> Jogjakarta	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kajian Pustaka.....	12
Tabel 2.2. Strategi <i>Push, Pull, Pass</i> dalam MPR.....	29
Tabel 4.1. Jadwal dan Tempat Juru Bicara World Tour.....	55



UMN

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.2. Bagan Kerangka Pemikiran	39
---	----



UMN