



### **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.

**IMPLEMENTASI *EVENT MARKETING* BINTARO JAYA  
XCHANGE UNTUK MENARIK MINAT PENGUNJUNG**

**Studi Kasus**

**Kegiatan Event Festival Jepang 14-23 November 2014**



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

**SKRIPSI**

Dibuat Oleh :

Nama :Selviana

NIM :10120110229

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

2015

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN  
PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN SKRIPSI**

Dengan ini saya:

NAMA : SELVIANA  
NIM : 10120110229  
FAKULTAS : ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI : PUBLIC RELATIONS

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, 8 Mei 2015

Selviana

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul  
IMPLEMENTASI *EVENT* MARKETING BINTARO JAYA XCHANGE  
UNTUK MENARIK MINAT PENGUNJUNG  
(studi kasus kegiatan *event* Festival Jepang 14-23 November 2014)

Dibuat Oleh :

Selviana

Telah diujikan pada hari Kamis, 23 April 2015

Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan lulus  
dengan susunan penguji sebagai berikut

**Ketua Sidang**

**Penguji Ahli**

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

Kartika Aryani Harijono, S.Sos., M.I.Kom

**Pembimbing**

Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.

Di sahkan oleh :

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si

## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sebesar-besarnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang MahaEsa atas berkat, rahmat, serta penyertaanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *IMPLEMENTASI EVENT MARKETING BINTARO JAYA XCHANGE UNTUK MENARIK MINAT PENGUNJUNG* skripsi ini diajukan kepada program strata 1, program studi ilmu komunikasi, fakultas ilmu komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Sebelum melakukan penelitian hingga penyusunan dan penulisan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan dari beberapa pihak, Oleh karena itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati dan tulus ikhlas, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si. , selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara,
2. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom. M.Si. selaku pembimbing yang telah banyak memberi perhatian, bimbingan dengan sabar, petunjuk dan dorongan dengan penuh kesabaran, ketelitian, dalam penyusunan skripsi ini.
3. Pihak Management Mall Bintaro Jaya Xchange departemen *event and management promotion*, khususnya ibu Noni dan kak Lydia yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dijadikan narasumber dalam penelitian ini

4. Kepada orang tua tersayang, buat mami, mama, dan papa yang selalu memberikan dukungan penuh, perhatian, kesabaran, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini
5. Buat Deo, orang yang selalu menjadi tempat curhat, mendengarkan keluh kesah didalam penulisan skripsi ini dan memberikan motivasi dan dukungan untuk tidak menyerah didalam penyelesaian skripsi ini
6. Untuk sahabat-sahabat penulis Monic, Step, Gloria, Chacha, ko Ardhi, Karen, c Nana yang selalu memberikan semangat, support, kritik dan saran didalam penyelesaian skripsi ini agar dapat menyelesaikannya dengan baik dan tepat waktu
7. Buat teman-teman kostan 1G dan pemilik kostan yang selalu memberikan dukungan saran, hiburan, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca

Tangerang , 8 Mei 2015

Penulis

Selviana

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan dunia Marketing PR yang berkembang sangat pesat, dan persaingan antara pusat perbelanjaan yang sangat ketat sehingga perlu melakukan Marketing PR yang tepat agar dapat dijangkau oleh khalayak. Salah satu sarana yang digunakan adalah dengan menyelenggarakan *event*. Sarana tersebut digunakan oleh pihak Mall Bintaro Jaya Xchange. Permasalahan yang diteliti oleh peneliti adalah bagaimana *implementasi event marketing* Mall Bintaro Jaya Xchange untuk menarik minat pengunjung melalui *event* Festival Jepang.

Penelitian ini mengacu pada konsep *Marketing Public Relation* menurut Ruslan, selain itu fokus penelitian ini mengacu pada proses *event marketing* menurut Wagen dan Carlos. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan metode studi kasus. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, dan studi pustaka atau dokumen

Hasil penelitian ini menunjukkan penyelenggaraan *event marketing* Festival Japan *art, culture, and culinary* dengan bekerjasama dengan Japan Foundation sebagai pengisi acara. Kegiatan *event* ini memiliki kekurangan didalam bekerjasama dengan media partner, untuk kelebihanannya mall Bintaro Jaya Xchange berhasil menarik minat pengunjung, sehingga jumlah pengunjung yang datang mencapai 400.000 pengunjung.

Kata kunci : *Marketing PR, Event Marketing, Bintaro Jaya Xchange mall*

## ABSTRACT

*This research is based on the fast moving development of PR marketing world and more strictly competition between each mall with the others, there is needs to create appropriate Public Relation Marketing that can be reached by public. One of the medium that can be used is by organize an event. This medium already been used by Mall Bintaro Xchange. The main problem is researched by research is how implementation Mall Bintaro Jaya Xchange event marketing to attract the interest of visitors through Japanese Event Festival.*

*This research is discuss about concept is refer to Marketing Public Relation according to Ruslan, beside that this research focus is according to process event marketing by Wagen and Carlos. The method that used are qualitative description, by using case study method. Data gathering methods are performed using detailed interview, and literature review or document.*

*This research result describe that execution of event marketing Japan Art, Culture, and Culinary Festival by collaborate with Japan Foundation as one of the performer in the program. This event activities lack of cooperation with partner media, in the other hand this event have its own advantage by sucessfully attract 400.000 visitors to Bintaro Jaya Xhange Mall.*

*Key words : Marketing PR, Event Marketing, Bintaro Jaya Xchange mall*



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 LATAR BELAKANG.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Teoretis.....	10
1.4.2 Praktis.....	10
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	11

2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Konsep dan Landasan Teori .....	14
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	14
2.2.2 <i>Marketing Public Relations</i> .....	17
2.2.3 Peranan dan Tugas <i>Marketing Public Relations</i> (MPR) .....	19
2.2.4 <i>Event</i> .....	21
2.2.5 Tahapan Proses Event Marketing .....	25
2.2.6 <i>Art dan Culture Festival</i> .....	29
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN .....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Key Informan/Informan .....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5 Uji Keabsahan Data.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.7 Fokus Penelitian .....	43
BAB IV .....	44

4.1	Objek Penelitian .....	44
4.1.1	Profile Perusahaan .....	44
4.1.2	Struktur Organisasi Mall Bintaro Jaya Xchange .....	46
4.2	Hasil Penelitian .....	47
4.2.1	Suatu <i>event</i> dengan konsep kebudayaan Jepang terlengkap..	47
4.2.2	Meningkatnya jumlah pengunjung selama dan setelah <i>event</i> dilaksanakan.....	60
4.2.3	Program acara yang dihadirkan memiliki konsep dan segmentasi yang berbeda. ....	64
4.3	Pembahasan.....	65
4.3.1	<i>Establish the feature of the product</i> .....	65
4.3.2	<i>Identify customer (segmentasi)</i> .....	70
4.3.3	<i>Plan to meet audience needs</i> .....	73
4.3.4	<i>Analyze consumer decision making</i> .....	75
4.3.5	<i>Establish price and ticket program</i> .....	77
4.3.6	<i>Promote the event</i> .....	79
4.3.7	<i>Evaluating marketing efforts</i> .....	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		87
5.1	Simpulan.....	87

5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	90
<i>Daftar Pustaka online</i> .....	94



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Event Marketing.....	26
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3.1 Komponen Analisis Data Sumber : Analisis Data Penelitian Kualitatif Model Interaktif .....	41
Gambar 3.2 Model Proses Event Marketing .....	43
Gambar 4.1 Promosi <i>event</i> melalui twitter.....	81
Gambar 4.2 Promosi <i>event</i> melalui instagram .....	81
Gambar 4.3 <i>Feedback</i> konsumen.....	82
Gambar 4.4 Acara <i>cooking class</i> .....	82
Gambar 4.5 Brosur Festival Jepang .....	84

UMMN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 4.1 Daftar Acara.....	48
Tabel 4.2 Tabel Data Jumlah Pengunjung Mall Bintaro Jaya Xchange tahun 2014 .....	62

UMMN