

Skripsi

Strategi PR Marvel City Surabaya dalam Menciptakan Animu Pengunjung Marvel City Melalui Program Event “Meet And Greet”

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya**



DISUSUN OLEH :

Dicky Santoso

NRP : 1423014064

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2018

SKRIPSI

Strategi PR Marvel City Surabaya dalam Menciptakan Animo Pengunjung Marvel City Melalui Program Event “Meet And Greet”

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik
Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Dicky Santoso

NRP. 1423014064

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Dicky Santoso

NRP : 1423014064

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul”

” Strategi PR Marvel City Surabaya dalam Menciptakan Animo Pengunjung Marvel City Melalui Program Event “Meet And Greet”

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar saya dicabut.

Surabaya, 09 Juli 2018

Penulis



Dicky Santoso

NRP.1423014064

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Strategi PR Marvel City Surabaya dalam Menciptakan Animo
Pengunjung Marvel City Melalui Program Event “Meet And Greet”**

OLEH :

Dicky Santoso

NRP : 1423014064

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk
diajukan ke tim penguji skripsi

Pembimbing : Theresia Intan Putri H, S.Sos.,M.I.Kom.

(.....)



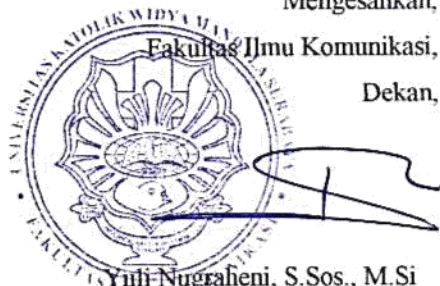
NIK. 142.10.0651

Surabaya, 05 Juni 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Selasa, 26 Juni 2018

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si
NIK. 142. 09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Brigitta Revia S.F, S.I.Kom., M.Med.Kom. (.....) NIK. 142.15.0849
2. Sekretaris: Theresia Intan Putri H, S.Sos., M.I.Kom. (.....) NIK. 142.10.0651
3. Anggota : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. (.....) NIK. 142.15.0857

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Dicky Santoso

NRP : 1423014064

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **Strategi PR Marvel City Surabaya dalam Menciptakan Animo Pengunjung Marvel City Melalui Program Event “Meet And Greet”**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah saya ini, saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 09 Juli 2018

Yang menyatakan,



Dicky Santoso

HALAMAN PERSEMBAHAN

Jangan takut, sebab Aku menyertai engkau,
Janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu;
Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong
engkau;

Aku akan memegang engkau dengan tangan
kanan-Ku yang membawa kemenangan

(Yesaya 41 : 10)

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus, atas kasih dan karuniaNya dan bimbinganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi PR Marvell City Surabaya dalam Menciptakan Animu Pengunjung Marvell City Melalui Program Event “Meet And Greet”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan skripsi ini berisikan rencana penelitian terhadap staretgi PR Marvell City dalam menciptakan animu pengunjung Marvell City melalui Event ‘Meet and Greet”. Strategi yang dilakukan oleh PR melalui MPR (Marketing Public Relations). Oleh karena itu PR merupakan pilar penting untuk keberlangsungan sebuah Mall atau perusahaan.

Bisa di selesaikannya skripsi ini tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya terhadap:

1. Kepada papa dan mama yang selalu memberi semangat disetiap saat hingga berkata “Kamu pasti bisa”. Terimakasih untuk semangatnya pa, ma.
2. Kepada dosen pembimbing Noveina Silviyani Dugis, S.Sos., M.A dan Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. terimakasih telah mau meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu penulis menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih sekali lagi.
3. Kepada dekan ibu Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si. terimakasih untuk dorongan dan motivasinya untuk segera menyelesaikan proposal skripsi ini.
4. Bella Esmiranda Raharjo, sosok yang selalu memberi semangat hingga peneliti mampu melakukan penelitian ini dengan baik dan cepat, kata-kata andalannya “kamu pasti bisa” kata simpel yang selalu merubah semangat yang letih menjadi semangat yang membara. Tidak ada kata terimakasih yang tepat untuk menggambarkan betapa beruntungnya aku.

5. Kepada Dimmy dan Natalie sebagai adik yang selalu meributi pengerjaan ini, namun tanpa kalian tidak mungkin juga aku mengerjakan proposal ini.
6. Kepada sahabat peneliti: Antonius Bernard, Naomi Venna, Nidya Putri, Maria Alvina, Inne Elizabeth, Evan Aristo dan Kevin Wimeida. Terimakasih untuk suntikan semangat dan motivasinya.
7. Kepada Teman-teman fikomers 2014: Octa, Tamara, Hanna, Maria Endi atas segala suka duka bersama yang telah dilewati. Sebuah kebanggaan pernah menjadi bagian dari kalian dan juga fikomers 2014.
8. Kepada Laurensia Imelda selaku PR dari Marvell City yang telah membantu untuk penyelesaian proposal skripsi ini. Terimakasih banyak.
9. Kepada seluruh pihak yang tak mampu dituliskan satu persatu terimakasih banyak atas dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi

Bab I pendahuluan

I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	10
I.3 Tujuan Penelitian.....	10
I.4 Batasan Penelitian	10
I.5 Manfaat Penelitian.....	10

Bab II Kajian Teoritis

II.1 Marketing Publi Relations	11
--------------------------------------	----

II.2 Three Way Strategy MPR untuk Event.....	12
II.3 Strategi PR	16
II.3.1 Komponen Strategi PR.....	18
II.4 Komunikasi Pemasaran dan Promosi	20
II.5 Brand Awareness	21
II.6 Studi Kasus	23
II.7 Nisbah Antar Konsep	24
II.8 Bagan Konseptual	25

Bab III Metode Penelitian

III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
III.2 Metode Penelitian	27
III.3 Subyek Penelitian	27
III.4 Unit Analisa	27
III.5 Teknik Pengumpulan Data	28
III.6 Teknik Analisa Data	29
III.7 Teknik Triangulasi Data	30

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

IV.1 Gambaran dan Sejarah Subjek Penelitian.....	32
IV.2 Profil Informan	34
IV.3 Bagan Hasil Temuan	38
IV.4 Hasil dan Temuan dari Strategi Public Relations Marvel City Surabaya Dalam Meningkatkan Animo Pengunjung Marvel City Melalui Program Event “Meet and Greet”.....	39

IV.4.1 Mendefinisikan Masalah atau Peluang.....	40
IV.4.2 Membuat Rencana atau Strategi.....	49
IV.4.3 Bertindak dan Berkomunikasi.....	56
IV.4.4 Evaluasi Program	61

Bab V Kesimpulan dan Saran

V.1 Kesimpulan.....	67
V.2 Saran	68
Daftar Pustaka	69
Lampiran	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Pemandangan Mall Marvel City	2
Gambar I.2 <i>Eufhoria Meet and Greet</i> bersama pemain Warkop DKI	5
Gambar I.3 <i>Eufhoria Meet and Greet</i> bersama pemain Film “ <i>Hangout</i> ”	7
Gambar II.1 Tabel Pembentuk Strategi PR	18
Gambar II.2 Tabel Komponen Sarana	19
Gambar II.3 Piramida Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	22
Gambar IV.1 Marvel City Tampak atas.....	33
Gambar IV.2 Profile Infoman 1	34
Gambar IV.3 Profile Informan 2	35
Gambar IV.4 Profile Informan 5	37
Gambar IV.5 Suasana <i>Meet and Greet</i>	40
Gambar IV.6 Foto Bersama Idola.....	45
Gambar IV.7 Suasana <i>Press Conference Meet and Greet</i>	48
Gambar IV.8 Suasana <i>Meet and Greet</i> ketika foto bersama (<i>selfie</i>).....	49
Gambar IV.9 Suasana nonton bareng pada acara <i>meet and greet</i>	49
Gambar IV.10 Publikasi <i>Meet and Greet</i> Melalui Instagram	51
Gambar IV.11 Publikasi <i>Meet and Greet</i> melalui Baliho	52
Gambar IV. 12 Publikasi Media mengenai <i>Meet and Greet</i>	54
Gambar IV.13 Suasana <i>Press Conference Meet and Greet</i>	58
Gambar IV.14 Suasana <i>Meet and Greet</i> ketika foto bersama (<i>selfie</i>).....	58
Gambar IV.15 Suasana nonton bareng pada acara <i>meet and greet</i>	59

Gambar IV.16 *Meet and Greet* Warkop DKI62

DAFTAR BAGAN

Bagan II.1 Kerangka Konseptual.....	25
Bagan IV.1 Tabel Hasil Temuan	38

ABSTRAK

Dicky Santoso. NRP 1423014064. Strategi PR Marvell City Surabaya dalam Menciptakan Animu Pengunjung Marvell City Melalui Program Event “Meet And Greet”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Public Relations marvell city Surabaya dalam meningkatkan animu pengunjungnya. Permasalahan pada marvell city adalah kurangnya jumlah pengunjung yang mendatangi marvell city. Sehingga marvell mengadakan beberapa event demi meningkatkan animu pengunjung. Salah satu event yang diadakan oleh meet and greet. Event ini menjadi salah satu event andalan dari marvell city untuk menarik animu pengunjungnya. Event ini adalah event yang mengundang artis untuk datang dan bertemu secara langsung dengan para pengunjung yang mengikuti event tersebut. Strategi public relations dibagi menjadi 4 tahapan yaitu mendefinis masalah atau peluang, membuat rencana dan program (strategi), bertindak dan berkomunikasi (penerapan), dan mengevaluasi program (penilaian). Metode penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Subyek penelitian dari penelitian ini adalah public relations dan graphic designer marvell city serta tiga orang pengunjung dari acara meet and greet marvell city. Hasil dari penelitian event ini memiliki tiga konsep acara besar yaitu press conference, acara meet and greet dan nonton bareng film meet and greet. Event ini berhasil merubah awareness masyarakat, selain hanya untuk meningkatkan pengunjung untuk marvell city. Event ini merupakan sebuah terobosan yang berhasil dilakukan oleh public relations dari marvell city. Pengukuran keberhasilan dari event ini dapat dilihat dari hasil kuisioner yang dibagikan kepada para pengunjung yang mengikuti meet and greet.

Kata Kunci : Marvell City Surabaya, event, dan brand awareness

ABSTRACT

Dicky Santoso. NRP 1423014064. PR strategy Marvell City Surabaya in Creating Animu Marvell City Visitors Through Event Program "Meet And Greet".

This study aims to determine the strategy of Public Relations marvell city Surabaya dala increase animu visitors. The problem with marvell city is the lack of visitors to marvell city. So marvell held several events to increase the visitors' animation. One of the events held by meet and greet. This event became one of the mainstay event from marvell city to attract visitors. This event is an event that invites artist to come and meet directly with the visitors who follow the event. The public relations strategy is divided into 4 stages of defining problems or opportunities, developing plans and programs (strategies), acting and communicating (applying), and evaluating the program (assessment). This research method is case study with qualitative approach. Data collection techniques in this study are interviews, observation and documentation. The research subjects of this research are public relations and graphic deisgner marvell city and three visitors from the meet and greet marvell city event. The result of this event research has three big event concepts such as press conference, meet and greet event and watching movie meet and greet. This event successfully changed the awarness of the community, in addition to just to increase visitors to marvell city. This event is a successful breakthrough by public relations from marvell city. Measurement of success of this event can be seen from the results of questionnaires distributed to the visitors who follow meet and greet.

Keywords: Marvell City Surabaya, event, and brand awarness