

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi
Jurusan Komunikasi Pemasaran
Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi
Semester Genap tahun 2014/2015

**ANALISIS STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM *EVENT*
MANAGEMENT PERUSAHAAN
(STUDI DESKRIPTIF *EVENT* “HERWORLD CHINESE NEW YEAR”
TANGGAL 12 FEBRUARI 2015)**

Annisa Inda 1501201424

LO51

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine and to analyze the public relations strategy in company's event management of Herworld magazine especially "HERWORLD CHINESE NEW YEAR" event program. Accompanied by the reasons why this event program is chosen to be research's object in analyzing its public relations strategy, the event management of Herworld's marketing communication team and the strategy's implementation of Herworld's team in "HERWORLD CHINESE NEW YEAR" event program. The method used in this study is the qualitative research method with a descriptive study using interviews and non-participant observation for data collection methods. Research analysis used is coding by using open coding, axial coding, and selective coding. The result of this research shows that Herworld's team public relations strategy was able to support the success of the "HERWORLD CHINESE NEW YEAR" event. The conclusion about public relations strategy of Herworld's Marketing Communication division in company's event management is considered successful in running the event. Herworld's team has shown the capacity and good skills for the success of the event from organizing the ideas and the concept, planning, implementing and evaluating the event.

Key Words : Herworld Chinese New Year, Public Relations Strategy, Event Management

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi *public relations* dalam *event management* perusahaan majalah Herworld terutama dalam program *event* “HERWORLD CHINESE NEW YEAR”. Disertai dengan alasan mengapa program *event* ini yang dijadikan objek penelitian dalam analisis strategi *public relations*, bagaimana pengelolaan *event* dari tim *marketing communication* Herworld dan bagaimana implementasi strategi tim Herworld dalam program *event* “HERWORLD CHINESE NEW YEAR”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah **metode penelitian kualitatif** dengan studi deskriptif yang menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara dan observasi lapangan non-partisipan. **Analisis penelitian** yang dipakai adalah peng-kode-an atau *coding* yaitu menggunakan *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. **Hasil yang dicapai** adalah strategi *public relations* Herworld mampu menunjang keberhasilan *event* “HERWORLD CHINESE NEW YEAR” dan **simpulan** yang didapatkan bahwa divisi *MarketingCommunication Herworld Magazinem* mengenai strategi *public relations* dalam *event management* perusahaan Herworld dikatakan sukses dalam menjalankan *event* dan tim Herworld dalam acara ini telah menunjukkan kapasitas dan kemampuan yang baik demi keberhasilan *event* mulai dari pembuatan ide dan konsep, perencanaan, implemenasi serta evaluasi dilakukan dengan sukses.

Kata Kunci : *Herworld Chinese New Year*, Strategi *public relations*, *event management*