



**Aktivitas Komunikasi Pemasaran PT. Suara Merdeka Press Semarang
Dalam Penyelenggaraan Event Warga Guyub**

Tugas Akhir

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan
Diploma III Jurusan Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Diponegoro**

Disusun Oleh :

Nama: Vika Resi

NIM : 14030116060026

**DIII HUBUNGAN MASYRAKAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2019

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Vika Resi Dwi Pujiastuti
Nomor Induk Mahasiswa : 14030116060026
Tempat / Tanggal Lahir : Bekasi, 15 Februari 1998
Jurusan / Program Studi : D-III Hubungan Masyarakat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul:

Aktivitas Komunikasi Pemasaran PT. Suara Merdeka Press Semarang Dalam Penyelenggaraan Event Warga Guyub

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, Agustus 2019

Pembuat Pernyataan;

Vika Resi

NIM. 14030116060026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Aktivitas Komunikasi Pemasaran PT. Suara Merdeka Press
Semarang Dalam Penyelenggaraan Event Warga Guyub
Nama Penyusun : Vika Resi Dwi Pujiastuti
NIM : 14030116060026
Jurusan / Program Studi : D-III Hubungan Masyarakat
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program D-III Hubungan
Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, Agustus 2019

Dekan,



Dr. Hardi Warsono, MTP
NIP. 19640827.199901.1.001

Pembantu Dekan I Bidang Akademik,



Drs. Teguh Yuwono, M.Pol, Admin
NIP. 19690822.199403.1.003

Dosen Pembimbing :

1. **Ghozian Aulia P. MA**
NIP. H. 7.198901112018071001

(.....)

Dosen Penguji :

1. **Ghozian Aulia P. MA**
NIP. H. 7.198901112018071001
2. **Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si**
NIP. 19610510.198902.1.002

(.....)

(.....)

MOTTO

*“Lakukan Hal-Hal Yang Kau Pikir Tidak Bisa Kau Lakukan.” Eleanor
Roosevelt*

ABSTRAK

Nama : Vika Resi Dwi Pujiastuti
NIM : 14030116060026
Judul : **Aktivitas Komunikasi Pemasaran PT. Suara Merdeka Press Semarang Dalam Penyelenggaraan Event Warga Guyub**

PT. Suara Merdeka Press merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang surat kabar. Perkembangan zaman yang semakin pesat membuat setiap perusahaan surat kabar gencar melakukan berbagai kegiatan untuk meningkatkan awareness masyarakat terhadap produknya. Karena itu, divisi *marketing communication* PT. Suara Merdeka Press Semarang semakin gencar untuk mengadakan *special event* untuk masyarakat agar surat kabar Suara Merdeka tetap dikenal oleh masyarakat. Salah satu *event* yang diselenggarakan oleh divisi *marketing communication* PT. Suara Merdeka Press Semarang yaitu Warga Guyub.

Penelitian dengan judul “ Aktivitas Komunikasi Pemasaran PT. Suara Merdeka Press Semarang dalam Penyelenggaraan *Event* Warga Guyub” memiliki rumusan masalah bagaimana aktivitas komunikasi pemasaran PT. Suara Merdeka Press Semarang dalam penyelenggaraan *event* warga guyub. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas divisi *marketing communication* PT. Suara Merdeka Press Semarang dalam menyelenggarakan suatu *event*. Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif, dengan subjek penelitian yaitu perwakilan dari staff *marketing communication* dan *corporate communication*. Hasil temuan penelitian akan dianalisis dengan metode analisis kualitatif. Landasan teori yaitu aktivitas PR, keterkaitan PR dengan Marcomm, komunikasi pemasaran, dan *special event*.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa divisi *marketing communication* PT. Suara Merdeka Press Semarang dalam penyelenggaraan *event* sudah melaksanakan tahapan – tahapan untuk menyelenggarakan suatu *event*. Mulai dari tahap riset dengan melakukan survei lokasi, tahap deisgn yang dilakukan dengan cara *brainstorming* pada saat *meeting* berlangsung, tahap perencanaan yang memperhatikan elemen how dan why, kemudian tahap koordinasi yang dilakukan dengan memperhatikan beberapa aspek diantaranya komunikasi, kepentingan pribadi, komitmen, kepercayaan dan kolaborasi, dan yang terakhir tahap evaluasi yang dilakukan dengan cara melakukan *meeting* setelah event diselenggarakan.

Kata Kunci: *Marketing Communication, Special Event, Suara Merdeka, Warga Guyub*

ABSTRACT

Name : Vika Resi Dwi Pujiastuti

NIM : 14030116060026

**Title : Activity of Marketing Communications PT. Suara Merdeka Press Semarang
in Organizing Warga Guyub Event**

PT. Suara Merdeka Press is a company engaged in the field of newspapers. The rapid development of the era makes every newspaper company intensively conduct various activities to increase public awareness of its products. Therefore, the marketing communication division of PT. Suara Merdeka Press Semarang increasingly aggressive to hold a special event for the community so that the Suara Merdeka newspaper remains known by the public. One of the events organized by marketing communications division of PT. Suara Merdeka Press Semarang is Warga Guyub.

Research entitled "Marketing Communication Activity of PT. Suara Merdeka Press Semarang in Organizing Warga Guyub Event" has a problem formulation how marketing communication activities of PT. Suara Merdeka Press Semarang in organizing a warga guyub event. The purpose of this study is to find out how the activity of marketing communication division of PT. Suara Merdeka Semarang Press in organizing an event. This research uses descriptive qualitative type, with research subject that is representative of marketing communication staff and corporate communication. The research finding will be analyzed by qualitative analysis method. Theoretical basis used is PR activity, the relationship between Public Relations and Marketing Communication, marketing communication and special events.

From the result of research conducted it can be seen that the marketing communications division of PT. Suara Merdeka Press Semarang in organizing the event has carried out the stages to organize an event. Starting from the research stage by conducting site survey, the design stage is done by brainstorming during the meeting, the planning stage that take into account the elements of how and why, then the coordination phase is done by taking into account several aspects such as communication, personal interest, commitment, trust and collaboration. And the last stage of evaluation conducted by meeting after the events was held.

Key Note: *Marketing Communication, Special Event, Suara Merdeka, Warga Guyub*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga tugas akhir yang berjudul “Aktivitas Komunikasi Pemasaran PT. Suara Merdeka Press Semarang Dalam Penyelenggaraan *Event* Warga Guyub” ini bisa terselesaikan. Tentu saja dalam menyelesaikan tugas akhir ini penulis telah mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan rahmat sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini,
2. Ayah Budi Wiryana dan Ibu Asih yang selalu memotivasi, menyemangati dan mendoakan anakmu untuk menyelesaikan penelitian ini,
3. Kakak saya Arief Budi Prasetya dan Adik saya Vino Dimar Pradipta yang selalu menyemangati, memotivasi dan menghibur saya ,
4. Mas Agus Naryoso, M.Si selaku Ketua Program Studi Hubungan Masyarakat Undip, yang selalu memberikan dukungan, masukan dan banyak sekali pelajaran yang bisa peneliti dapatkan selama masa perkuliahan berlangsung,
5. Mas Ghozian Aulia P. MA., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir ini, yang selalu memberikan banyak sekali masukan dan bantuan sehingga Tugas Akhir ini bisa terselesaikan dengan baik,
6. Mas M. Bayu Widagdo,S.Sos, M.I.Kom selaku Wali Dosen dan Dosen Pembimbing Kuliah Kerja Praktek, yang memberikan dukungan, kritik dan saran yang berguna,
7. Mas Firman , Mas Aldo, Mas Ben, Mbak Dyah, Mbak Uni, Pak lawu, Pak Mukhlas dan seluruh staff PT. Suara Merdeka Press Semarang Jawa Tengah yang telah banyak membantu menyelesaikan penelitian ini,
8. Bapak Restuyono selaku Ketua RT Jalan Ariloka Raya, Krobokan, terimakasih telah mengizinkan saya melakukan penelitian di Jalan Ariloka Raya, Krobokan Semarang,
9. Bapak Mardini selaku warga Jalan Ariloka Raya, yang telah meluangkan waktunya untuk saya wawancara,
10. Febri Ariyandi selaku pacar, sahabat, dan kakak, terimakasih sudah banyak memberi masukan, mendengarkan keluh kesah saya setiap hari, dan selalu menghibur saya,

11. Thera, Jihan, Annisa Saumi “Wanita Sholeha” yang selalu mengisi hari-hari saya dengan candaan yang menghibur saya dan selalu mendengarkan curhatan saya setiap hari,
12. Dini, Padang dan Nanda, sahabat sekaligus teman magang saya yang selalu membantu dan bertukar pikiran,
13. Dwinta, Ijud, Dini, Galih, Hainun teman seperbimbingan terbaik dalam mengerjakan Tugas Akhir,
14. Triscalufi Romadhoni, guru terbaik yang selalu direpotkan selama pembuatan Tugas Akhir ini,
15. Teman-teman “Gengster” Imam, Jihan, Billy, Swasta, Thera, Katon, Annisa, yang selalu menemani dari jaman maba,
16. Teman-teman “Lecers Semarang” Dinda, Annisa, Sonia, Chintot, Chikos, Fifah, Irindah, Jihan, Thera, walaupun jarang banget kumpul,
17. Teman-teman “Tridaya Squad” ka shinta, ka novi, ka opi, fiar, pram yang selalu menemani, menghibur dan menjaga saya laykaya adik sendiri saya saat saya pulang dan mendengarkan semua cerita saya
18. Aldi Bule sahabat saya dari kecil yang selalu menemani, membantu dan mensupport semua yang saya lakukan
19. Pandu, Okta, Triscalufi teman-teman saya di divisi abdimas yang sudah membantu saya
20. Pandu, Okta teman yang menemani saya kesepian yang selalu mendengarkan cerita-cerita saya
21. Adik tingkat abdimas yang sudah membantu dan menghibur saya
22. Teman-teman seperjuangan dari jurusan DIII Hubungan Masyarakat angkatan 2016 yang telah mengisi hari-hari saya selama kuliah,
23. Seluruh pihak yang terkait dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, terimakasih.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya, penulis diberikan kelancaran dalam menyelesaikan Tugas Akhir, yang penelitiannya berisikan tentang *Aktivitas Komunikasi Pemasaran PT. Suara Merdeka Press Semarang Dalam Penyelenggaraan Event Warga Guyub*

Penyusunan tugas akhir ini tidak dapat terlaksana tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang berkontribusi dalam proses penyusunannya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar – besar nya kepada semua pihak yang berperan besar dalam menyelesaikan penelitian ini hingga tiba hasilnya pada penyelesaiannya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, penulis masih banyak melakukan kesalahan, baik dalam penulisan, maupun dalam proses pembuatannya. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat dibutuhkan bagi penulis. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya, dan bagi semua yang membaca penelitian ini pada umumnya.

Semarang, Agustus 2019
Penulis

Vika Resi
NIM. 14030116060026

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xii

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Kerangka Teori	10
1.5.1 Aktivitas Hubungan Masyarakat	10
1.5.1.1 Keterkaitan PR Dengan Marcomm.....	13
1.5.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran	17

1.5.3 Special Event	18
1.6 Operasionalisasi Konsep	19
1.7 Metode Penelitian	22
1.7.1 Tipe Penelitian	22
1.7.2 Narasumber	22
1.7.3 Jenis Dan Sumber Data	23
1.7.4 Alat Dan Teknik Pengumpulan Data	24
1.7.4.1 Alat Pengumpulan Data	24
1.7.4.2 Teknik Pengumpulan Data	24
1.7.5 Teknik Pengolahan Data	25
1.7.6 Teknik Analisis Data	26
1.7.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data (Triangulasi)	26

**BAB II : KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN PT. SUARA MERDEKA PRESS
DALAM AKTIVITAS PENYELENGGARAAN EVENT WARGA GUYUB**

2.1 Penyelenggaraan Event Warga Guyub	29
2.2 Manfaat Diadakannya Event Warga Guyub	30
2.3 Daftar Lokasi Diselenggarakannya Event Warga Guyub	31
2.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>IMC</i>)	32
2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>IMC</i>)	36

**BAB III : HASIL PENELITIAN TENTANG AKTIVITAS KOMUNIKASI
PEMASARAN PT. SUARA MERDEKA PRESS SEMARANG DALAM
MENYELENGGARAKAN EVENT WARGA GUYUB**

3.1 Riset	43
3.2 Design	44
3.2.1 Proses penentuan tema, logo, dan konsep.....	44
3.2.2 Atas dasar apa tema, logo dan konsep dipilih.....	45
3.2.3 Apakah ada perbedaan tema dan konsep di setiap <i>event</i>	46
3.2.4 Penentuan lokasi acara dan kriteria pengisi acara dan peserta	46
3.3 Perencanaan	48
3.3.1 Sasaran / Target wilayah.....	48
3.3.2 Tim Khusus.....	49
3.3.3 Tujuan <i>Event</i> Warga Guyub.....	49
3.3.4 Perencanaan Anggaran.....	50
3.4 Koordinasi.....	51
3.5 Evaluasi.....	55

**BAB IV : PEMBAHASAN AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN
PT. SUARA MERDEKA PRESS SEMARANG DALAM MENYELENGGARAKAN
EVENT WARGA GUYUB**

4.1 Riset	61
4.2 Design	62
4.3 Perencanaan	66
4.4 Koordinasi.....	70
4.5 Evaluasi.....	74

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	3
Tabel 1.2	7
Tabel 2.1	31
Tabel 3.1	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	2
Gambar 1.2.....	8
Gambar 1.3.....	27
Gambar 1.4.....	28
Gambar 2.1.....	38
Gambar 4.1.....	63
Gambar 4.2.....	64
Gambar 4.3.....	71
Gambar 4.4.....	75

