

**MANAJEMEN EVENT JOGJA SNEAKER MARKET 3 DI
YOGYAKARTA DALAM MENARIK JUMLAH
PENGUNJUNG PADA TAHUN 2018**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Strata-1 (S1) pada
program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh
Mita Kurnia Sari
20140530177**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 7 Desember 2018

Tempat : Ruang Lab Fotografi

SUSUNAN TIM PENGUJI



Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM., Ph.D

Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada tanggal 7 Desember 2018

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mita Kurnia Sari
Nomor Mahasiswa : 20140530177
Konsentrasi : *Public Relation*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul " Manajemen Event Jogja Sneaker Market 3 Di Yogyakarta dalam Menarik Jumlah Penonton Pada Tahun 2018" adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 7 Desember 2018



Mita Kurnia Sari

MOTTO

***DONT LOSE HOPE NOR BE SAD
YOU WILL SURELLY BE VICTORIOUS
IF YOU ARE TRUE IN FAITH.***

- Qur'an 3:139.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini adalah bagian dari ibadahku kepada Allah SWT, karena kepadanya lah kami menyembah dan kepadanya lah kami memohon pertolongan sekaligus sebagai ungkapan terima kasihku kepada Abah saya H. Tukadi dan Umi saya Hj.Junarti yang selalu memberikan motivasi dalam hidupku serta Adik dan kakak- kakaku (Indah, Anang, Anjar, Rini , Dian) yang selalu mendukung dan memotivasi untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.

SPECIAL THANKS TO

Allah SWT

Nabi Muhammad SAW

ORANGTUA TERCINTA

H. Tukadi dan Hj. Junarti

Terimakasih atas segala doa dan usaha yang tulus di berikan

TERUNTUK DOSEN PEMBIMBING

Aswad Ishak , S.IP,M.Si.

Terimakasih untuk bimbingan dan kesabaran yang tiada henti

KELUARGA TERCINTA

Teruntuk adik dan kakak ku

Indah, Anang, Anjar, Rini, Dian

Terimakasih untuk segala doa tulusnya dan support agar selesai secepatnya.

SAHABAT TERCINTA

Fahmi Sutan.

Thanks for your time dan makasih sudah selalu sabar menemani kesana-kesininya.

TEMAN-TEMAN SEPERJUANGAN

Bunga Larasati, Muhammad Iqbal, Zahidda, Abida, Asri, Wiwid, dan Alam

Terimakasih sudah selalu menyemangati dan sebagai pengingat atas segala kecerobohan hehe

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa tercurah kepada umat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul " Manajemen Event Jogja Sneaker Market 3 Di Yogyakarta dalam Menarik Jumlah Penonton Pada Tahun 2018 " sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sekaligus penerapan teori-teori yang telah penulis peroleh selama berada di bangku kuliah.

Penyelesaian skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka ucapan terimakasih penulis berikan kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Progam Studi Ilmu Komunikasi
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP,M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan saran, arahan dan dukungan selama bimbingan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Yeni Rosilawati,S.IP,SE,,MM selaku dosen penguji I yang telah sabar dan meluangkan waktu untuk membimbing, serta memberi saran, arahan dan dukungan selama membimbing penulisan skripsi ini.

6. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos, M.Sn. selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran, kritik dan dukungan mengenai skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, khususnya dosen program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat.
8. Para staf dan karyawan program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Pak Jono, Pak Mur, Mbak Siti, Mas Yuli yang memberikan informasi dan membantu kelancaran proses penyelesaian karya tulis ini.
9. Semua pihak yang telah membantu, memberikan dukungan, bantuan dan semangat dalam proses penelitian dan penyelesaian skripsi ini.

Tanpa bantuan dari pihak-pihak terkait, tentunya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, rekan-rekan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, pembaca dan peneliti selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 7 Desember 2018

Mita Kurnia Sari

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations
Mita Kurnia Sari (20140530177)
Manajemen Event Jogja Sneaker Market 3 Di Yogyakarta dalam Menarik Jumlah
Penonton Pada Tahun 2018
Tahun Skripsi: 2018 + 93 Hal
Daftar Kepustakaan: 13 buku + 1 Jurnal

Penelitian ini mengkaji manajemen event Jogja Sneaker Market 3 yang diselenggarakan pada tahun 2018 dalam menarik penonton. Jogja Sneaker Market merupakan event jual-beli sepatu yang diselenggarakan di Yogyakarta dengan melibatkan berbagai tenant dari beragam merek sepatu.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif untuk mengungkap peristiwa manajemen event yang dilakukan dalam penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market 3. Sumber data dalam penelitian ini yaitu wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap dua informan dan dokumentasi berupa laporan kegiatan serta foto-foto yang menjadi bukti selama penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market 3.

Hasil penelitian menunjukkan pada tahap perencanaan JSM 3 kegiatan dilakukan satu tahun sebelum penyelenggaraan dengan menyusun tema, rangkaian acara, kepanitiaan, dan rancangan kegiatan promosi. Menentukan tema dapat melalui proses riset yang dilakukan melalui internet, penyusunan kepanitiaan dilakukan jauh sebelum penyelenggaraan memberikan dampak pada baiknya koordinasi diantara para panitia, Sedangkan kegiatan promosi yang dirancang melalui internet sangat efektif menjangkau target pengunjung. Tahap pelaksanaan dimulai dengan melakukan promosi satu bulan sebelum tanggal penyelenggaraan, hal ini dimaksudkan agar penyebaran informasi event dapat dilakukan secara maksimal. Selain itu, koordinasi baik diantara panitia menjadi kunci keberhasilan penyelenggaraan untuk meminimalisir kendala-kendala yang bisa saja muncul selama penyelenggaraan. Selanjutnya, ditahap evaluasi *event* JSM 3 capaian antara tujuan dan hasil dari penyelenggaraan *event*. Kegiatan evaluasi dilakukan sepanjang kegiatan *event* dari perencanaan hingga saat acara selesai dilaksanakan agar setiap panitia selalu pada koridor tugas dan perannya.

Kata Kunci: manajemen event, Pemasaran Public Relations, JSM 3

ABSTRACT

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Studies Program

Public Relations Concentration

Mita Kurnia Sari (20140530177)

*Jogja Sneaker Market 3 Event Management in Yogyakarta in Attracting the
Number of Spectators in years 2018*

Year of Study : 2018 + 93 Pages

References : 13 Books + 1 Jurnal

This study examines the management of the Jogja Sneaker Market 3 event held in 2018 in attracting audiences. Jogja Sneaker Market is a shoe buying and selling event held in Yogyakarta involving various tenants from various shoe brands.

The type of research used is descriptive qualitative to reveal event management events carried out in the implementation of the Jogja Sneaker Market event. 3. Data sources in this study are interviews and documentation. Interviews were carried out on two informants and documentation in the form of activity reports and photographs that were evident during the implementation of the Jogja Sneaker Market event 3.

The results of the study showed that at the planning stage of JSM 3 activities were carried out one year before the implementation by arranging themes, series of events, committees, and design of promotional activities. Determining the theme can be through the research process carried out through the internet, the preparation of the committee is carried out long before the implementation has an impact on the good coordination between the committee, while the promotional activities designed through the internet are very effective in reaching the target audience. The implementation phase begins with a promotion one month before the date of implementation, this is intended so that the dissemination of event information can be done optimally. In addition, good coordination between the committees is the key to the success of the implementation to minimize the constraints that may arise during implementation. Then, in the evaluation phase of the JSM event 3 achievements between the objectives and the results of the event. Evaluation activities are carried out throughout the event activities from planning to when the event is completed so that each committee is always on the duty cycle and its role.

Keyword: event management, Marketing Public Relations, JSM 3

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| SPECIAL THANKS TO..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRACT | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 5 |
| E. Kerangka Teori..... | 6 |
| F. Metode Penelitian..... | 28 |
| G. Sistematika penulisan..... | 35 |
| | |
| BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN | 37 |
| A. Sejarah Jogja Sneaker Market | 37 |
| B. Struktur Kepanitiaan | 38 |
| C. Jobdesk Divisi | 39 |
| D. <i>Tenant Rules</i> | 43 |
| | |
| BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN..... | 46 |
| A. Sajian Data | 46 |
| B. Pembahasan..... | 77 |
| | |
| BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN..... | 93 |
| A. Kesimpulan | 93 |
| B. Saran..... | 94 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 96 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|---|
| Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung JSM dari tahun 2015-2018 | 2 |
|---|---|

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Publikasi Jogja Sneaker Market tahun 2018 | 4 |
| Gambar 1. 2 Model <i>Event Mangament Goldbatt</i> | 14 |
| <i>Gambar 1. 3 Event Characteristic</i> | 19 |
| Gambar 3. 1 Concept event JSM 3..... | 54 |
| Gambar 3. 2 Pembicara dalam Talkshow JSM 3 | 58 |
| Gambar 3. 3 Komunitas Off The Wall Yogyakarta | 59 |
| Gambar 3. 4 Rundown Acara Jogja Sneaker Market 3 | 61 |
| Gambar 3. 5 Akun Instagram Jogja Sneaker Market 3 | 63 |
| Gambar 3. 6 Home Feed Instagram Jogja Sneaker Market 3 | 66 |
| Gambar 3. 7 Postingan Pertama JSM 3..... | 68 |
| Gambar 3. 8 Denah Tenant JSM 3 | 73 |
| Gambar 3. 9 Publikasi event JSM 3 di Portal Online Lokal Yogyakarta | 77 |