

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Nurida Fitriani
Nomor Induk Mahasiswa : 20120530279
Angkatan Tahun : 2012
Jurusan : Ilmu Komunikasi, FISIPOL, UMY
Judul Skripsi : *Special Event Anniversary* Sebagai Strategi *Marketing Public Relations* Jogja City Mall (JCM) Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif *Special Event Anniversary* Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Periode Mei 2015 - Mei 2016)

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah itu dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima sanksi apabila kemudian hari diketahui tidak benar.

Yogyakarta, 18 Desember 2016

Peneliti

Putri Nurida Fitriani

MOTTO

"If you think you can do it, just do it. Then believe Allah always give the best things more than what you want"

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segalanya usaha dan kerja keras saya tuangkan dalam skripsi ini. Tak henti terucapkan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT atas kemudahan dan kelancaran saat penyusunan skripsi.

Seluruh karya perjuangan ini kupersembahkan untuk :

Mama Nurdiana SP., MP, Alm. KH. Achmad Usman, Almh. Hj. Noerjaktien

serta kakak-kakakku Mas Yudhi, Mbak Fani dan Mas Fedhi

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Abstrak	iv
Halaman Pernyataan	vi
Kata Pengantar	vii
Halaman Persembahan	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Foto	xiii
BAB I. Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	9
1. Teori Umum	9
1.1 Definisi <i>Marketing Public Relations</i>	9
1.2 Tujuan Program <i>Marketing Public Relations</i>	12
1.3 Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	13
1.4 Aktifitas Pelaksanaan Program <i>Marketing Public Relations</i> ..	15
2. Teori Khusus.....	18
2.1 Definisi <i>Special Event</i>	18
2.2 Tujuan <i>Special Event</i>	20
2.3 Fungsi <i>Special Event</i>	21
2.4 Elemen-elemen <i>Special Event</i>	22
2.5 Bentuk-bentuk <i>Special Event</i>	23
F. Penelitian Terdahulu	26
G. Metode Penelitian	30

1. Jenis Penelitian	30
2. Waktu dan Tempat Penelitian	31
3. Teknik Pengumpulan Data	31
4. Teknik Analisis Data	36
5. Uji Validitas Data	37
6. Sistematika Penulisan	39
BAB II. Profil Umum Jogja City Mall	41
A. Sejarah Berdirinya Jogja City Mall (JCM)	41
B. Visi dan Misi	43
C. Denah dan Lokasi	44
D. Logo dan Tagline	44
E. Struktur Organisasi	46
F. Job Desk	47
G. Desain dan Bangunan	52
H. Fasilitas Entertainment	56
I. Tenant di Jogja City Mall	60
BAB III. Sajian Data dan Analisis Data	63
A. Sajian Data	63
<i>Marketing Public Relations</i>	63
1. Deskripsi <i>Marketing Public Relations</i> Jogja City Mall	63
2. Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	66
3. Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	80
4. Aktifitas Pelaksanaan Program <i>Marketing Public Relations</i>	87
Special Event	94
1. Deskripsi <i>Special Event</i>	94
B. Analisis Data	101
1. Teori Umum : <i>Marketing Public Relations</i>	101
a. Definisi <i>Marketing Public Relations</i>	101
b. Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	104
c. Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	109
d. Aktifitas Pelaksanaan Program <i>Marketing Public Relations</i>	113
2. Teori Khusus : <i>Special event</i>	117

a. Deskripsi <i>Special Event</i>	117
b. Tujuan <i>Special Event</i>	118
c. Fungsi <i>Special Event</i>	120
d. Elemen-elemen <i>Special Event</i>	121
e. Bentuk-bentuk <i>Special Event</i>	122
BAB IV. Kesimpulan dan Saran	124
A. Kesimpulan	124
B. Saran	125
Daftar Pustaka	128
Interview Guide	131
Lampiran	135

DAFTAR GRAFIK, BAGAN DAN TABEL

Data Pengunjung Setiap Bulan Jogja City Mall	7
---	----------

Struktur Organisasi Jogja City Mall	47
Data Tenant-Tenant Jogja City Mall	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Denah Jogja City Mall (JCM)	44
---	-----------

Gambar 2.2 Logo Jogja City Mall	44
Gambar 2.3 Tampak depan Jogja City Mall	53
Gambar 2.4 Tampak dari depan Jalan Raya Magelang	53
Gambar 2.5 Tampak dari samping parkir	54
Gambar 2.6 Akses Pejalan Kaki	54
Gambar 2.7 Atrium dalam Mall	55
Gambar 2.8 Interior dalam Mall	55
Gambar 2.9 Interior dalam Mall	56
Gambar 2.10 Amazone Jogja City Mall	56
Gambar 2.11 Wahana Coconut Island	57
Gambar 2.12 Wahana Ice Skating Coconut Island	57
Gambar 2.13 Ruang Karaoke Princess Syahrini K-TV	58
Gambar 2.14 Lobi XXI	59
Gambar 2.15 Tenant-Tenant di Jogja City Mall	60
Gambar 3.1 Jogja City Mall Magazine	75
Gambar 3.2 Website Jogja City Mall	76
Gambar 3.3 <i>Social Network</i> Jogja City Mall	77
Gambar 3.4 Zumba Party dengan Pelatih Zumba	79
Gambar 3.5 Suasana Peserta Zumba Party	79
Gambar 3.6 Donor Darah dan Pemeriksaan Gratis	80
Gambar 3.7 Privilege Card Jogja City Mall	81
Gambar 3.8 Lucky Draw Jogja City Mall	82
Gambar 3.9 Diskon Tenant-Tenant Jogja City Mall	82
Gambar 3.10 Bentuk promosi melalui social media	84
Gambar 3.11 <i>Tag</i> Pengunjung yang Tertarik Datang ke JCM	85

Gambar 3.12 Donor Darah Jogja City Mall	86
Gambar 3.13 CSR Masak Besar Jogja City Mall	86
Gambar 3.14 Cover Majalah Jogja City Mall	89
Gambar 3.15 Konten Event Majalah Jogja City Mall	89
Gambar 3.16 Lomba Calung Jogja City Mall	90
Gambar 3.17 Poster Lomba Karaoke Mandarin	91
Gambar 3.18 Tari Ekspresi Jogja City Mall	92
Gambar 3.19 Sendratari Ramayana di Jogja City Mall	93
Gambar 3.20 Barongsai dalam Perayaan Imlek	94
Gambar 3.21 Buka Puasa Bersama Anak Yatim	95
Gambar 3.22 CSR Donor Darah Jogja City Mall	99
Gambar 3.23 CSR Masak Besar Jogja City Mall	99