

**Strategi Marketing Public Relations PT. Trastas Mugi Artha dalam
menyelenggarakan Event Diplomat Passionville 2016**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

DESTRIANA

051303503125116

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2017

NAMA : Destriana
NIM : 051303503125116
JUDUL : Strategi Marketing Public Relations PT. Trastas Mugi Artha dalam menyelenggarakan Event Diplomat Passionville 2016
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PERMINATAN : Hubungan Masyarakat

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Strategi Marketing Public Relations dalam menyelenggarakan Event Diplomat Passionville. Apa hambatan atau kendala strategi marketing public relations dalam menyelenggarakan event, bagaimana mengatasi dan mengantisipasinya kendala atau hambatan dalam menyelenggarakan event Diplomat Passionville. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi kasus dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Marketing Public Relations dalam menyelenggarakan Event Diplomat Passionville. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Marketing Public Relations Trastas dalam menyelenggarakan Event Diplomat Passionville sudah berjalan efektif, karna marketing Public Relations menggunakan tahap-tahap strateginya untuk mencapai tujuan yang diharapkan, dan tahap-tahap mengantisipasinya adalah kendala atau hambatan dalam menyelenggaraan event dan tujuan yang diharapkan oleh PT. Trastas Mugi Artha tercapai dan dikatakan sukses dalam Event Diplomat Passionville 2016.

Kata Kunci : Strategi, Marketing Public Relations, Event.

Pembimbing I : Dr. Amin Sar Manihuruk, M.S

Pembimbing II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.IKOM

NAME : Destriana
NIM : 051303503125116
TITLE : Marketing Public Relations Strategy PT.Trastas
Mugi Artha In organizing the Passionville Diplomat
Event 2016
STUDY PROGRAM : Communication Studies
REQUIREMENT : Public Relations

ABSTRACT

The purpose of this research is to know how Public Relations Marketing Strategy in organizing Passionville Diplomat Event. What are the obstacles or constraints of marketing public relations strategy in organizing events, how to overcome and anticipate obstacles or barriers in organizing the Passionville Diplomat event. The method used in this research is case study using constructivism paradigm. The object studied in this research is Marketing Public Relations in organizing the Passionville Diplomat Event. Data collection uses in-depth interviews, observations, and documents. The results of this research show that Marketing Strategy Public Relations Trastas in organizing the Passionville Diplomat Event has been running effectively, because marketing Public Relations using the stages of strategy to achieve the expected goals, and the stages anticipate is the obstacle or obstacle in organizing the event and the expected goal By PT. Trastas Mugi Artha achieved and said successful in the Passionville Diplomat Event 2016.

Keywords : Strategy, Markting Public Relations, Event.

Traineer I : Dr. Amin Sar Manihuruk, M.S
Traineer II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.IKOM