

**PENERAPAN *EVENT MARKETING* SEBAGAI SARANA PROMOSI
THE PARK MALL SOLO BARU**



Oleh:

Pungky Paramitasari

NIM F3212056

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2015
commit to user

ABSTRAK**PENERAPAN EVENT MARKETING SEBAGAI SARANA PROMOSI
THE PARK MALL SOLO BARU****PUNGKY PARAMITASARI****F3212056**

The Park Mall Solo Baru adalah salah satu pusat perbelanjaan yang turut serta meramaikan persaingan *mall* dengan memiliki konsep *superblock*, dan dengan dilengkapi dengan area taman terbuka hijau, *office park*, *premium hotel* dan *convention hall* berdiri di lahan seluas 16 hektar ini The Park Mall Solo Baru dapat melaksanakan ajang perhelatan *event* berskala nasional.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah strategi *event marketing* apa yang telah dilaksanakan manajemen The Park Mall Solo Baru telah sesuai dengan teori yang sudah dipelajari serta untuk mengetahui apa saja kendala dalam pelaksanaan strategi *event marketing* yang dihadapi oleh pihak manajemen The Park Mall Solo Baru dalam penerapan strategi *event marketing* sebagai sarana promosi di The Park Mall Solo Baru.

Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah studi kasus yaitu mengambil suatu obyek tertentu untuk dianalisa secara mendalam. Data yang diperoleh melalui dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara wawancara langsung pada karyawan manajemen The Park Mall Solo Baru bagian pelaksana *event*. Data sekunder diperoleh dari sumber lain yang berkaitan dengan penelitian baik dari buku dan sumber lain.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah setiap *event* digelar secara rutin di The Park Mall Solo Baru selalu menampilkan konsep dan tema acara yang sesuai dengan *moment-moment* tertentu, memaksimalkan acara yang ditampilkan serta melakukan promosi yang maksimal agar pengunjung datang sesuai dengan yang diharapkan pihak penyelenggara.

Saran berdasarkan penelitian ini adalah setiap *event* yang dilaksanakan The Park Mall Solo Baru harus dikoordinasikan dengan beberapa divisi lainnya yang ada di The Park Mall Solo baru karena setiap pelaksanaan *event* selalu kekurangan pihak yang bertanggung jawab sehingga tujuan utama dari adanya *event* di The Park Mall Solo Baru dapat tercapai secara maksimal

Kata Kunci : Event Marketing

ABSTRACT**EVENT MARKETING AS A MEANS OF IMPLEMENTATION OF THE
PROMOTION PARK MALL NEW SOLO**

PUNGKY PARAMITASARI
F3212056

The Park Mall Solo Baru is one of the shopping centers that participate enliven competition mall to have the concept of the superbloc, and equipped with a garden area of open green, office park, premium hotels and convention hall stands in an area of 16 hectares is the Park Mall Solo Baru can implement a nationwide event.

The aim of this study was to determine whether the strategy event marketing what has been implemented the management of the Park Mall Solo Baru in accordance with the theory that has been studied as well as for mngetahui any obstacles in the implementation of the strategy event marketing faced by the management of the Park Mall Solo Baru in the application event marketing strategy as a means of promotion in The New Park Mall solo.

The method used in the preparation of this thesis is a case study which takes a certain object to be analyzed in depth. Data obtained through two sources of primary data and secondary data. Primary data obtained by direct interviews with management employees of The New Park Mall Solo executing section event. Secondary data were obtained from other sources relating to research both from books and other sources.

The conclusion from this study is that every event held regularly in The New Park Mall Solo always show the concept and theme of the event in accordance with certain moments, maximize events are displayed as well as promoting the maximum so that visitors arrive as expected by the organizer.

Recommendations based on this research is that every event held The Park Mall Solo Baru should be coordinated with several other divisions that exist in the Park Mall Solo new because each execution of the event is always shortage of responsible parties so that the main purpose of the event at the Park Mall Solo Baru can be achieved to the maximum

Keywords: Event Marketing

commit to user

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**PENERAPAN *EVENT MARKETING* SEBAGAI SARANA
PROMOSI THE PARK MALL SOLO BARU**

Surakarta, 13 Agustus 2015

Telah disetujui oleh dosen pembimbing,



Amina Sukma Dewi, SE, M.Sc.

NIP. 197712072008122002

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

PENERAPAN *EVENT MARKETING* SEBAGAI SARANA PROMOSI THE PARK MALL SOLO BARU

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret

Surakarta

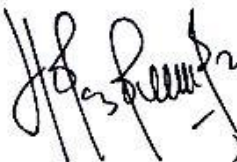
Surakarta, 11 September 2015

Tim Penguji Tugas Akhir ;

1. Mohammad Amien Gunadi, Drs. M.P.
NIP. 195610231986011001

()
Penguji

2. Amina Sukma Dewi, SE, M.Sc.
NIP. 197712072008122002

()
Pembimbing

SURAT PERNYATAAN

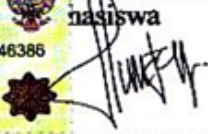

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : PUNGKY PARAMITASARI
NIM. : F3212056
Program Studi : DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Tugas Akhir (TA) : PENERAPAN EVENT MARKETING SEBAGAI SARANA PROMOSI THE PARK MALL SOLO BARU

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

akarta, 13 Agustus 2015
nasiswa


PUNGKY PARAMITASARI
NIM. F3212056

MOTTO

1. Lebih baik mencoba daripada tidak sama sekali.
(Penulis)
2. Menjadi diri sendiri akan lebih baik.
(Penulis)
3. Beranilah berubah untuk menjadi yang terbaik.
(Penulis)



commit to user

PERSEMBAHAN



Karya ini dipersembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibu yang selalu memberikan dukungan secara moral maupun material dan doa yang tidak ada hentinya.
2. Semua saudara-saudaraku dan para sahabatku yang selalu memberi dan motivasi sehingga tugas akhir ini bisa selesai.
3. Teman-teman dan pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu proses terselesaikannya tugas akhir ini.

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah melindungi serta membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul : *PENERAPAN EVENT MARKETING* SEBAGAI SARANA PROMOSI THE PARK MALL SOLO BARU

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari segala bentuk bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu hingga tersusunnya laporan ini, terutama kepada :

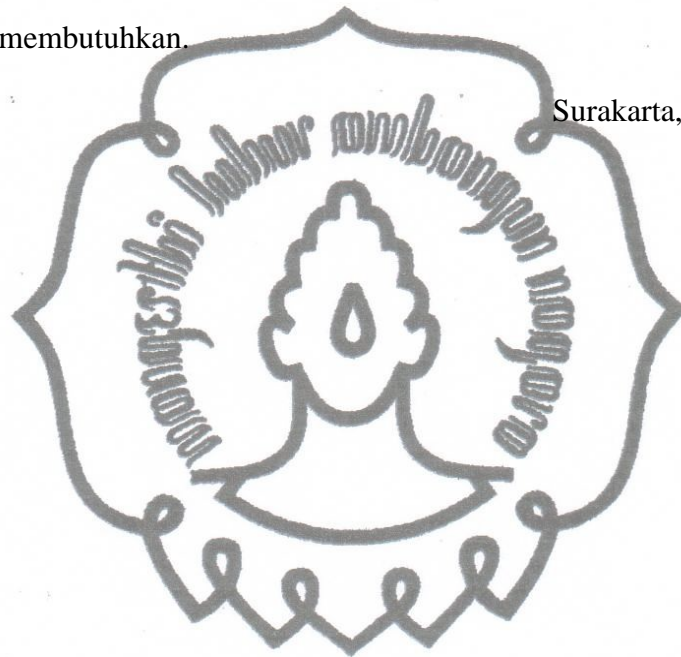
1. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Drs. Mohammad Amien Gunadi, M.P., selaku ketua program studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Amina Sukma Dewi, SE., M.Sc., sebagai pembimbing yang telah sabar memberikan petunjuk dan saran-saran serta pengarahan hingga selesainya penulisan tugas akhir ini.
4. Ahmad Mujahid SE., M.Sc., sebagai pembimbing akademik yang telah memberikan dorongan dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir

5. Bapak Widodo, selaku *General Manager* PT. Narendra Amerta yang merupakan manajemen pengelola The Park Mall Solo Baru yang telah memberikan izin melaksanakan magang kerja dan melakukan penelitian untuk penyusunan tugas akhir.
6. Ibu Fransiska Ratna Wulandari, selaku *Chief HRD/ GA/ Legal* PT. Narendra Amerta yang merupakan manajemen pengelola The Park Mall Solo Baru beserta *staff* yang telah membantu mengarahkan dalam penyusunan tugas akhir.
7. Bapak Anton., selaku *Head of Marcomm* beserta *staff* karyawan divisi *Marketing Communication* yang telah banyak membantu dalam memperoleh data guna kelengkapan penyusunan tugas akhir.
8. Seluruh karyawan dan mitra kerja yang tergabung dalam PT. Narendra Amerta yang merupakan manajemen pengelola The Park Mall Solo Baru.
9. Segenap dosen, pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
10. Kedua orang tuaku dan adik tercinta yang selalu mendoakan, mendukung secara moral dan material, dan memotivasi hingga saat ini.
11. Seluruh teman-teman Manajemen Pemasaran 2012 dan para sahabat yang selalu memberikan bantuan dan dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
commit to user

12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Namun demikian, karya sederhana ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 13 Agustus 2015



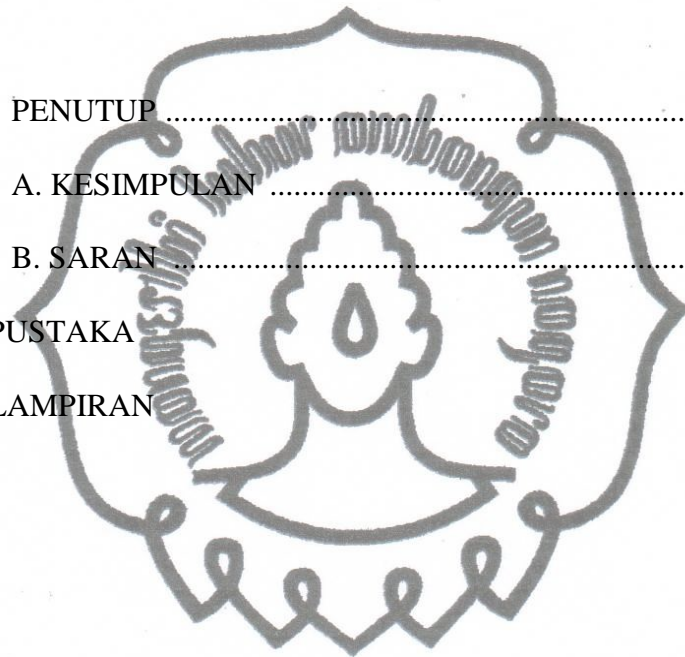
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Abstrak	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Metode Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Pemasaran dan <i>Event</i>	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran	10
3. Pengertian Komunikasi Pemasaran	13
4. Bauran Komunikasi Pemasaran	14
5. <i>Event Management</i>	16

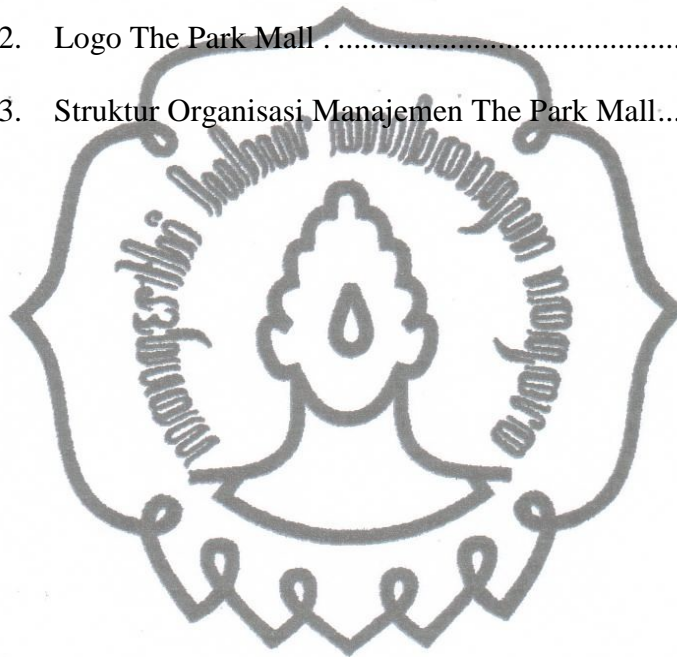
	6. Dimensi <i>Event</i>	17
	7. Pemasaran <i>Event</i>	20
	8. Kelompok <i>Event</i>	21
	9. Perencanaan <i>Event</i>	22
	10. Evaluasi <i>Event</i>	24
	B. Jasa dan Karakteristik Jasa	25
	1. Pengertian Jasa dan Karakteristik Jasa.....	25
	C. Pengertian <i>Mall</i>	26
	D. Kerangka Pemikiran	27
BAB III	PEMBAHASAN	28
	A. SEJARAH DAN PERKEMBANGAN PERUSAHAAN	28
	1. Sejarah The Park Mall	28
	2. Lokasi The Park Mall	30
	3. Konsep The Park Mall	31
	4. Fasilitas The Park Mall	32
	5. Struktur, Peran dan Tugas Bagian Organisasi Operasional The Park Mall.....	35
	B. LAPORAN MAGANG	46
	1. Lokasi dan Waktu Magang Kerja	46
	2. Laporan Kegiatan Magang Kerja	47

C. PEMBAHASAN	49
1. Pelaksanaan <i>Event</i> di The Park Mall.....	49
2. Kendala yang dialami The Park Mall dalam penerapan <i>event marketing</i>	65
BAB IV PENUTUP	66
A. KESIMPULAN	66
B. SARAN	68
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1. Kerangka Pemikiran	27
Gamabr III.1. Denah lokasi The Park Mall (sumber : <i>Google maps</i>).....	29
Gambar III.2. Logo The Park Mall	30
Gambar III.3. Struktur Organisasi Manajemen The Park Mall:.....	35



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Tabel III.1. Pelaksanaan Kegiatan Magang di The Park Mall	47

