

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada, 2003, pendahuluan
- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi Pertama. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson, and Hazel Gaudet. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. Pp. xxxiii, 178. New York: Columbia University Press.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2007),hlm. 187-188.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*,Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Harrison, Kim. (2011). *Strategic Public Relations : A Practical Guide to Success*. United Kingdom: Macmillan Education UK.
- Bateman, Thomas S. dan Scott A. Snell. 2009. *Manajemen Kepemimpinan dan Kolaborasi dalam Dunia yang Kompetitif (edisi 7 Buku 2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Everett M. Rogers. 1983. *Diffusion of Innovations*. London: The Free Press.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations Edisi kelima*, Jakarta: PT Gelora AksaraPratama
- Ardianto, Soemirat Soleh. 2010. *Dasar-Dasar Public Relation*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Ali hasan.*Marketing*, (Yogyakarta: Media Presindo, 2008), hal 79.
- Yevis Marti Oesman, *Sukses Mengelola Marketing Mix, Crm, Customer Valeu, Dan Customer Dependency (Kasus Pada Pemasaran Shooping Center)*, (Bandung: ALFABETA, 2010), hal. 56.
- Triwibowo Soedjas dan Bayu Aji Aritejo, *Merebut dan Mempertahankan Pelanggan* , (Yogyakarta: Andi, 2006), hal.13.
- Pangkey, Indaria Sianie (2021). *Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Pelanggan Event Organizer Onet Twenty One Organizer Desa Suwaan Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara*. (ejournal.unsrat.ac.id)
- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. 3rdEdition. Thousand Oaks. Sage Publications. Inc. California
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Gaung Persada, 2009) cet.1 h. 11
- Sugiono. (2010). *Pintar Menulis Karya Tulis Ilmiah*. Andi:Yogyakarta, p. 10
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 329

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011,hal.216
- Moleong, j, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.hal 132
- Moleong, j, Lexy.Ibid.hal 132
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV hal 273.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Parwito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, LKiS, Yogyakarta, 2007.

Skripsi dan Jurnal Online :

- Agustina, Debby Aulia (2021). *Strategi Promosi Pada Perusahaan Jasa Event Organizer PT. Madina Cipta Kreasi. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Batusangkar.* (/ecampus.iainbatusangkar.ac.id/)
- Humaira (2019). *Strategi Marketing Public Relations dalam Mempromosikan Hotel Grand Suka Pekanbaru.* (repository.uin-suska.ac.id)
- Sastri, Fadila (2019). *Strategi marketing public relations PT. Paragon Techonology and innovation dalam mempromosikan produk kecantikan Wardah melalui @wardahbeauty* (repository.uin-suska.ac.id)
- Febrida Safitri (2020) . *Strategi Marketing Public Relations PT.TELKOM Dalam Mempertahankan Pelanggan Indihome Di Kota Pekanbaru.* (repository.uin-suska.ac.id)
- Abdurrahman, Warist dan Salma, Aqida Nuril (2021). *Strategi Marketing Public Relations LLDikti dalam mengelola event GEMPITA 2021.* (<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17973/17604>)

CATATAN LAPANGAN (FIELD NOTE)

Tanggal 22 November 2022

Waktu : 11.00 - Selesai.

Pada saat dimana tengah tidak banyak nya kesibukan yang dimiliki, peneliti mencoba untuk melakukan aktivitas dan melihat sosial media. Pada saat itu peneliti menemukan adanya event yang dilakukan dengan cara online. Dimana sebelumnya belum pernah ada sebuah kegiatan event yang bersifat online. Setelah melihat dan membaca lebih mendalam mengenai event online tersebut peneliti baru mengetahui ternyata event tersebut dibuat oleh salah satu perusahaan penyedia jasa atau event organizer yang bernama PT. Bahagia September Tiga Belas.

Peneliti kemudian mencari tau kembali tentang adanya event online yang di adakan oleh PT. Bahagia September Tiga Belas melalui sosial media. Pada saat itu sekiranya banyak sekali partisipan yang iku pada acara tersebut. Kurang lebih hampir 100 orang. Event online ini merupakan salah satu acara yang tergolong menarik minat masyarakat, karena terhitung pada saat ini masih banyak event yang tidak bersifat seperti ini.

Menurut peneliti inovasi baru yang di lakukan PT. Bahagia September Tiga Belas ini membuat perusahaan mereka ini dapat menarik minat masyarakat, khususnya yang ingin menggunakan jasa mereka. Karena konsep acara seperti ini sangat membantu khususnya untuk perusahaan baru yang sedang ingin memperkenalkan campaign atau produk yang akan mereka jual.

Seperti contohnya peneliti melihat event online ini pertama di selenggarakan oleh PT. Bahagia September Tiga Belas dalam acara campaign sekaligus donasi perusahaan Telkom Indonesia. Pada acara tersebut terlihat cukup sukses dengan adanya event online tersebut, karena dengan menggunakan konsep event online ini campaign dan donasi yang akan di lakukan perusahaan Telkom Indonesia dapat tersebar dengan mudah kepada masyarakat yang menonton acara tersebut menggunakan handphone dan alat seluler lainnya.

Dari inovasi konsep baru tersebut, peneliti dapat melihat bahwa konsep acara yang menarik seperti ini dapat menarik minat masyarakat apalagi untuk perusahaan yang bekerjasama dengan PT. Bahagia September Tiga Belas ini. Dengan adanya inovasi baru pada setiap event nya membuat PT. Bahagia September Tiga Belas akan selalu diminatin perusahaan untuk menggunakan jasa nya. Seperti yang peneliti lihat perusahaan Telkom Indonesia ini terbilang merupakan salah satu perusahaan yang selalu menggunakan jasa dari PT. Bahagia September Tiga Belas.

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023

LAMPIRAN 1

Lampiran 1 Transkrip Pertanyaan Wawancara Key Informan

1. Sudah berapa lama bekerja di PT. Bahagia September Tiga Belas?
2. Apa sih job desk nya di PT. Bahagia September Tiga Belas?
3. Awal mula bekerja di PT. Bahagia September Tiga Belas kapan?
4. Apa yang membuat anda tertarik bekerja di dunia event organizer?
5. Bagaimana cara mempertahankan pelanggan?
6. Inovasi apa yang di lakukan dalam menarik minat pelanggan?
7. Apa cara anda menerapkan inovasi baru untuk perusahaan?
8. Apa kebaharuan yang ada berikan setiap event nya?

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023



LAMPIRAN 2

Lampiran 2 Transkrip Pertanyaan Wawancara Informan Pokok

1. Awal mula tertarik bekerja di event organizer ?
2. Sudah berapa lama bekerja di bidang event organizer?
3. Sejak kapan perusahaan ini berdiri ?
4. Alasan Mendirikan Perusahaan Ini ?
5. Mengapa memilih nama perusahaan ini ?
6. Apa saja kendala saat pertama kali mendirikan perusahaan ini ?
7. Sekarang memiliki karyawan ?
8. Inovasi yang dilakukan oleh PT. Bahagia September Tiga Belas?
9. Strategi yang digunakan untuk menarik minat pelanggan ?
10. Service seperti apa yang di lakukan untuk menarik minat pelanggan ?
11. Apakah ada cara yang khusus untuk memberikan service kepada pelanggan baru atau yang sudah bekerja sama ?
12. Kebaruan apa yang diberikan setiap eventnya ?
13. Apakah kendala saat pertama kali menjalankan inovasi pada event organizer ?

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023

LAMPIRAN 3

TRANSKIP WAWANCARA KEY INFORMAN

Narasumber : Randy Grandeza
Jabatan : Pelanggan PT. Bahagia September Tiga Belas
Waktu wawancara : 10 Januari 2023

9. Sudah berapa lama bekerja di PT. Bahagia September Tiga Belas?
“saya bekerja bersama PT. Bahagia September Tiga Belas itu sudah cukup lama dari sejak perusahaan ini berdiri saya termasuk orang pertama yang di ajak oleh om bowie untuk bekerja sama, karena saya dengan dia dulu tuh sering bekerja di event sering ketemu ngobrol, mungkin dari situ dia tertarik dengan saya bekerja makanya saya di ajak gabung di tahun 2012. dari awalnya masih belum berbentuk PT sampai sekarang.”
10. Apa sih job desk nya di PT. Bahagia September Tiga Belas?
“kalau di tanya seperti itu sih ya saya semua kerjaan yang ada disini saya kerjakan ya dari bikin deck proposal, ngebantu tim di lapangan, pitching ke klien juga. Kalau di struktur perusahaan sih saya mungkin bisa dibilang GM nya ya tapi kalau jenis pekerjaan nya sih saya selagi bisa mengerjakan apa aja saya kerjain bantuin untuk perusahaan.”
11. Awal mula bekerja di PT. Bahagia September Tiga Belas kapan?
“awal mula nya pada tahun 2012 saya bekerja disini, dari perusahaan belum mendaftarkan nama sebagai PT secara resmi sampai sekarang.”
12. Apa yang membuat anda tertarik bekerja di dunia event organizer?
“wah kalau untuk itu sih saya karena dulu nya anak nya aktif ya nonton konser ikut ngeband bergabung dengan teman-teman komunitas, dari situ saya mengenal dunia event organizer di tambah dulu juga saya sering ikut

bekerja kan sambil kuliah sebagai kru segala macem. Terus kebetulan dari lulus kuliah saya bekerja nya di bidang agency dulu mengerjakan pekerjaan event organizer juga. Karena menurut saya pekerjaan nya sangat menarik ya sering bertemu orang banyak mungkin mulai dari situ tuh saya tertarik bekerja di event organizer.”

13. Bagaimana cara mempertahankan pelanggan?

“buat saya tuh cara mempertahankan pelanggan ya karena sudah berpengalaman dulu bekerja di agency. Pelanggan tuh kebanyakan lebih senang kalau kita memberikan mereka pelayanan yang baik, mungkin dari mengetahui kebiasaan pelanggan kita nih apa dari situ kita mulai mengajari mereka ngobrol seputar kebiasaan nya. Contoh pelanggan hobi nya bermain golf nah dari situ tuh kita bisa ngulik mungkin ngajak main bareng biasanya seperti itu. Kalau buat saya sih untuk mempertahankan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik aja sih sesuai keinginan nya mereka apa”

14. Inovasi apa yang di lakukan dalam menarik minat pelanggan?

“untuk saya sih inovasi yang saya lakukan di perusahaan untuk menarik minat nya biasanya kalau pelanggan baru lebih menawarkan ke apa yang dia mau kami bisa kerjain. Tapi kalau di tanya inovasi mungkin kami lebih ke inovasi cara melakukan pelayanan nya saja ya. Karena PT. Bahagia September Tiga Belas ini pelanggan lebih banyak nya tuh mengenal dari setiap event yang sudah kita kerjakan, dari situ kita dapat mendapat pelanggan baru satu atau dua, cukup unik sih buat saya.”

15. Apa cara anda menerapkan inovasi baru untuk perusahaan?

“buat saya menjalankan sebuah inovasi baru harus mempelajari terlebih dahulu mengenai inovasi baru tersebut bagaimana cara kerja nya. Pada event organizer tuh setiap proses kerjanya harus di mengerti dulu bagaimana cara mengerjakannya, karena jika salah sedikit saja pada saat event berlangsung pasti akan bermasalah ke seluruh acara. Makanya saya sebelum memberikan atau menyarankan setiap inovasi nya lebih baik mempelajari nya dulu sebelum menyarankan kepada teman-teman.

Bagaimana cara kerja inovasi ini kalau di terapkan ke perusahaan jika ada kesalahan bagaimana cara mengatasinya. Karena menurut saya bukan hal yang mudah untuk menjalankan sebuah inovasi baru itu ke dalam perusahaan.”

16. Apa kebaharuan yang ada berikan setiap event nya?

“kebaruan sih banyak ya kalau setiap event nya tuh, dari konsep acara nya biasanya. Kalau sekarang kan apa-apa serba digital ya itu tuh biasanya pelanggan lebih aneh-aneh permintaan nya. Dari meminta layar led yang dibikin 3D terus set booth yang custom-costum. Banyak sih kalau buat saya kebaharuan pada setiap event nya.”

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023



LAMPIRAN 4

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN POKOK

Narasumber : Bowie Sasongko
Jabatan : Pemilik Perusahaan
Waktu wawancara : 6 Januari 2023

1. Awal mula tertarik bekerja di event organizer ?

“ okey proses nya panjang banget nih buat masuk ke sini awal mula saya mengapa terjun ke dunia bisnis event organizer ini, karena dulu saya tuh passion nya tuh di musik ngeband dan sering nonton konser ke sana kemari sampai akhirnya saya bekerja di rental sound sistem di daerah jakarta. Dari situ saya baru mencoba membuat rental sound sistem sendiri, setelah saya sering menjalankan event ikut event organizer kesana kemari tiba - tiba saya baru mengumpulkan sebagian uang saya untuk investasi lah jatuh nya membeli peralatan lighting, stage dan banyak lah bagian produksi yang buat saya sewakan kembali. Dari situ baru saya mulai tertarik dan mengulik kembali sistem kerja dari event organizer itu kaya gimana sih. Dulu tuh pada saat itu dunia media sosial atau internet lah belum seperti kaya sekarang gampang, dulu saya mencari tau tentang event organizer tuh seperti apa harus reset langsung ke lapangan saat saya bekerja segala macam baru dari situ saya baru mengenal dan mengetahui secara mendetail mengenai event organizer itu sendiri. “

2. Sudah berapa lama bekerja di bidang event organizer?

“ kalau ditanya seperti itu saya juga lupa saya mulai bekerja di event

organizer sudah berapa lama tetapi awal saya mengenal dan bekerja di bidang sound engineering tuh pada tahun 2008, dari situ saya sering ikut event kesana kemari dari rental sound sistem yang saya bekerja. Sampai sekarang saya mendirikan perusahaan bisnis event organizer sendiri. “

3. Sejak kapan perusahaan ini berdiri ?

“ untuk berdiri nya perusahaan ini saya bersama teman-teman saya mendirikan nya sejak tahun 2012 kurang lebih. Tapi buat secara resmi nya mungkin pada tahun 2019 saya mendaftarkan nya ya. “

4. Alasan Mendirikan Perusahaan Ini ?

“ kalau alasan saya mendirikan perusahaan ini karena pada awal nya saya tuh kan saya masih bekerja rental sound sistem ya. Terus karena mungkin saya tuh anak nya suka bergaul seneng nongkrong kesana kemari anak tongkrongan lah bisa dibilang jadi gampang bergaul, mungkin cocok lah orang-orang sama saya kalau ngobrol ibarat katanya, jadi dari saya bekerja di rental sound awal - awal marketing saya tuh ke klien bagus bisa di terima nya enak jadi buat memasarkan rental saya bekerja lebih banyak menarik klien di bandingkan orang pemasaran nya pada waktu itu, dari situ saya mulai bikin sound sitem sendiri menyewakan jasa lighting ridding stage terus design-design booth yang custom-custom sampe perangkat multi media nya. Dari situ mungkin bukan saya pengen lebih tapi kaya mungkin pengen mencoba tantangan baru ya, baru saya mencari tau setiap event tuh gimana cara kerja nya, setelah itu ternyata saya baru menyadari bahwa setiap event tuh ada tim nya lagi yang orang biasanya sebut tuh event organizer atau tim kreatif banyak lah sebutan nya. Nah setelah kenyang tuh dari bekerja disitu dengan pengetahuan yang saya punya tiba-tiba ada satu klien yang menawarkan saya seperti “ pak bowie bisa ga sih bapak mengerjakan event organizer sendiri gitu “ terus dengan saya bermodal nekat saya iyain saja tuh “ bisa pak “ saya bisa - bisain aja tuh tawaran nya. Terus dengan saya dulu sering mengikuti event organizer mempelajari gimana sih nih cara kerja nya event organizer cara jualan nya seperti apa cara pitching nya seperti apa di depan klien dan memberikan service yang membuat klien ingin bekerja

sama dan mempertahankan pelanggannya seperti apa dari situ baru tuh saya mengumpulkan teman - teman yang sudah berpengalaman atau pernah bekerja di dunia event organizer. Dengan berjalannya waktu baru terbentuklah perusahaan saya itu. “

5. Mengapa memilih nama perusahaan ini ?

“ alasan nya mengapa nama perusahaan saya PT. Bahagia September Tiga Belas simple nya karena itu tanggal lahir saya saja sih, dan untuk logo kenapa BWY and Friends, karena saya ingin seluruh pegawai saya bekerja tidak ada kasta atau mengkotak-kotakan setiap divisi atau senioritas diantara pegawai, jadi saya ingin di kantor mereka bekerja seperti teman saja antar pegawai agar bahkan kepada mitra yang ingin kerja sama dengan perusahaan saya”

6. Apa saja kendala saat pertama kali mendirikan perusahaan ini ?

“ untuk kendala saat pertama kali mendirikan bisnis ini sih banyak ya, tapi yang paling saya inget yaitu, dulu saya pernah mengerjakan acara event sekolah di bulungan, nah saya tuh waktu itu pernah ketipu sama orang panggung, jadi saya waktu itu saat beberapa jam acara mau mulai di acara tersebut panggung nya tuh belum sampai, saya telfon orangnya ga di angkat akhirnya saya mencari alamat kantor nya, pada saat saya sampai di kantornya ternyata panggung masih belum di kirim dan masih tergeletak di kantor nya, ternyata saya memesan panggung nya itu kepada orang yang sebagai calo panggung nya bukan orang yang bekerja di sana, akhirnya setelah saya ngomong kepada pegawai nya dan memberikan uang lebih akhirnya panggung di kirim ke bulungan. Di situ saya beruntung banget acara nya berjalan lancar walau saya di marahin karena guest star nya cek sound tidak menggunakan panggung. “

7. Sekarang memiliki karyawan ?

“ untuk saat ini pegawai saya memiliki hanya sembilan orang saja di kantor karena menurut saya lebih efisien untuk bekerja dengan orang sedikit, karena dulu saya memiliki karyawan lebih dari 30 orang tapi kerjanya tidak ada yang bener kalau pitching ke klien tuh selalu kalah terus harus saya juga

yang turun atau om randy jadi mending karyawan nya sedikit aja yang penting mereka mau kerja dan bener hasil nya ga ngerumpi mulu “

8. Inovasi yang dilakukan oleh PT. Bahagia September Tiga Belas?

“ kalau inovasi yang dilakukan pada perusahaan saya sih lebih ke konsep acara yang belum pernah di kerjakan oleh perusahaan event organizer lain nya, kaya acara event online waktu saat pandemi kemarin. Dimana setiap perusahaan di posepound terus event banyak yang tidak boleh di selenggarakan, dari situ tuh saya mencoba mencari tau tentang dunia event organizer di luar nih seperti apa sih. Nah dari situ saya baru mengetahui tentang adanya event online atau hybrid lah sekarang bahasa. Terus karena pada saat itu saya ada beberapa klien yang bekerja sama saya menerapkan lah cara itu agar event yang diselenggarakan nya dapat berjalan. Kalau ga salah yang pertama kali tuh telkom deh saya mengerjakan event online nya tuh. “

9. Strategi yang digunakan untuk menarik minat pelanggan ?

“ kalau buat saya sih cara nya mungkin cukup organik ya, saya kebetulan ga seperti perusahaan lain yang mengenalkan perusahaan mereka ke klien. Karena banyak tuh temen-teman saya yang melakukan cara seperti itu menggunakan sosial media untuk menarik minat pelanggan. Tapi ujung-ujungnya sama aja klien pasti lebih menilai hasil kerja dan service yang kita berikan. Jadi buat saya mempromosikan bisnis event organizer ini tuh di dunia kreatif sangat organik banget ya, karena saya melakukan nya lebih ke saat saya mengerjakan event dimana perusahaan saya selalu melakukan atau memberikan inovasi ide-ide yang baru yang belum pernah dijalankan pada setiap event nya, dan biasanya tuh disitu banyak klien yang terlibat ga cuma satu biasanya ada beberapa. Dari satu event selesai biasanya tuh saya mendapat klien baru dari satu bertambah menjadi dua dari dua bertambah menjadi tiga. Nah saya tuh biasanya seperti itu sih menarik minta pelanggan nya. Dari service yang saya berikan kepada klien yang memuaskan. Jadi ibarat kata perusahaan saya nih melakukan promosi nya mulut ke mulut saja. Karena saya juga kebetulan tidak mencari klien sebanyak mungkin ya untuk

mempromosikan perusahaan saya, tapi saya lebih memikirkannya bagaimana cara memuaskan permintaan klien dengan cara memberikan service yang baik. Karena kebetulan perusahaan saya ini kan banyak ada kliennya di perusahaan korporat bumn sampai swasta juga. Dan biasanya mereka nih kan seringnya atau banyaknya tidak ada down payment banyak uang di depan jadi tuh di butuhkan nya modal yang besar untuk menjalankan sebuah event nya. Jadi yang kita butuhkan kan bukan cuma kreatif atau implementasi yang baik melainkan capital yang kuat. Kalau kita sudah kreatif dan melakukan implementasi yang baik juga tidak bisa. Jadi saya lebih memilih untuk setiap klien yang ingin saya kerjakan lebih dahulu yang mana biasanya sih seperti itu. “

10. Service seperti apa yang di lakukan untuk menarik minat pelanggan ?

“ saya sih sebetul nya karena basic saya anak tongkrongan yang senang bergaul ya jadi untuk menarik minat pelanggan lebih ke service yang saya berikan kepada klien saja sih, kaya klien mau nya apa konsep acaranya bagaimana tuh saya pasti selalu bisa - bisain terus walau saya belum mengerti. Tapi karena namanya kita bekerja di dunia kreatif ya yang setiap pekerjaannya selalu update saya senang tuh mengerjakan pekerjaan yang seperti itu riset kembali mencari tau. Malah bahkan setelah acaranya selesai klien senang tuh dengan hasil kerja dari perusahaan kami. Nah dari situ klien menjadi banyak tertarik dengan perusahaan saya. “

11. Apakah ada cara yang khusus untuk memberikan service kepada pelanggan baru atau yang sudah bekerja sama ?

“ untuk itu sih ya pasti semua perusahaan juga ada ya bagaimana cara memberikan service kepada klien yang baru untuk bisa bekerja sama dengan perusahaan nya dan bagaimana memberikan service kepada klien yang sudah bekerja sama agar tetap bekerja sama. Tapi saya mungkin kalau untuk klien baru saya lebih memberikan service saat ingin mereka menggunakan jasa perusahaan saya, seperti memberikan konsep acara yang memuaskan terus cara kerja yang membuat mereka senang sampai acaranya berjalan dengan baik, tetapi untuk menjaga minat klien untuk tetap bekerja sama kan

biasanya itu yang jauh di butuhkan, biasa nya sih saya lebih menawarkan ke promo harga yang lebih menarik seperti memberikan diskon potongan harga dan cara service klien yang lebih kepada mereka mungkin pada saat meeting atau bahkan pada saat sebelum event berlangsung. “

12. Kebaruan apa yang diberikan setiap eventnya ?

“ kebaruan pada setiap event tuh sangat dibutuhkan sekali, seperti melakukan riset event organizer di luar seperti apa agar kita setiap menjalankan setiap event nya selalu melakukan update konsep acara yang kita berikan. Seperti contoh acara salah satu perusahaan yang meminta saya mendesign booth mereka seperti layar besar yang ada di new york yang 3D agar promosi atau campaign perusahaan mereka berjalan dengan baik dan menarik minat pelanggan. “

13. Apakah kendala saat pertama kali menjalankan inovasi pada event organizer ?

“ jadi pada waktu itu saya pernah mengerjakan event di indosat , nah itu gua ngejalanin event online. Kesalahan nya saya tuh waktu itu lupa meminta jenset tambahan untuk acara itu, jadi pada waktu pas acara sedang berlangsung ketika sang pemimpin perusahaan indosat sedang berbicara situs yang saya buat untuk acara tersebut tuh jenset nya error langsung nge down, alhasil saat sistem nya berjalan kembali semua program nya ke riset ulang pada layar monitor. Saya disitu langsung berjalan ke orang yang bekerja di belakang layar dan menangkan mereka untuk tidak panik dan memasang badan terhadap klien pada perusahaan tersebut.”

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023

LAMPIRAN 5
DOKUMENTASI WAWANCARA

1. Dokumentasi bersama Key Informan

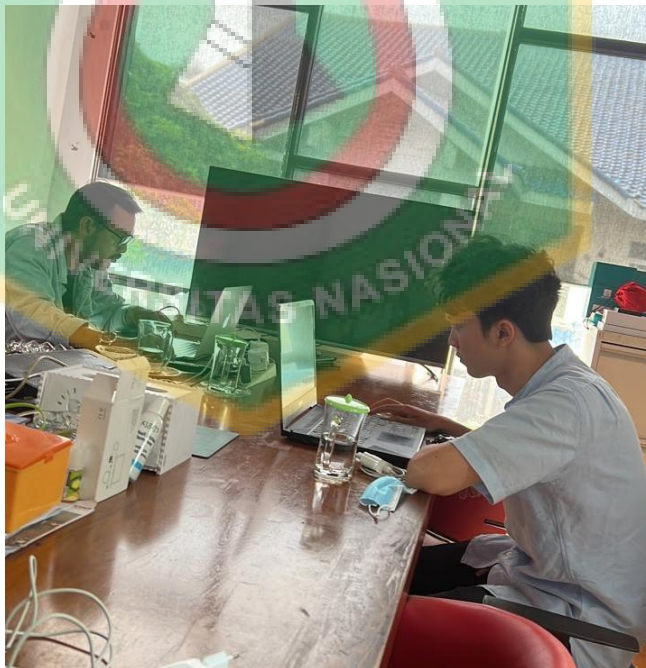
Nama : Randy Grandeza

Jabatan : Wakil Pimpinan Perusahaan sekaligus Marketing Public Relations

Perusahaan

Waktu : 10 Januari 2023

Tempat : Kantor PT. Bahagia September Tiga Belas (BST Corp)



Dokumentasi wawancara dengan Key Informan - Randy Grandeza selaku Wakil Pimpinan Perusahaan dan Marketing Public Relations PT. Bahagia September Tiga Belas.

2. Dokumentasi bersama Informan Pokok

Nama : Bowie Sasongko

Jabatan : Pimpinan Perusahaan

Waktu : 6 Januari 2023

Tempat : Tempat Tinggal Informan Pokok



Dokumentasi wawancara dengan Informan Pokok - Bowie Sasongko selaku Pimpinan Perusahaan PT. Bahagia September Tiga Belas.

LAMPIRAN 6
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi:

Nama : Kenny Rusnanda Gunawan
NPM : 193516516587
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 11 Juni 2000
Alamat : Jl. Sukasari No.99, RT 03/03, Kel. Serua Indah,
Kec. Ciputat, Tangerang Selatan, Banten 15414
Email : kennynanda6@gmail.com
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia



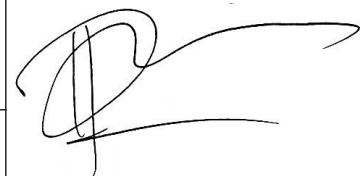
Pendidikan Formal:

1. SDN Negeri 1 Ciputat
2. MTsN Negeri 3 Jakarta Selatan
3. SMA Negeri 9 Tangerang Selatan
4. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional – Jakarta Selatan

LAMPIRAN 8

REVISI SKRIPSI “ INOVASI PUBLIC RELATIONS PADA PERUSAHAAN JASA EVENT ORGANIZER (Studi Kasus PT. Bahagia September Tiga Belas)

Nama : Kenny Rusnanda Gunawan | NPM : 193516516587

No	Nama Penguji	Revisi yang Disarankan (Halaman)	Hasil Revisi (Halaman)	Tanda Tangan
1.	Drs. Adi Prakosa, M.Si.	Rumusan masalah harus diperbaiki (h.6)	Rumusan masalah telah di perbaiki (h.6)	
2.	Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.	Latar belakang masalah harus menggambarkan masalah sehingga perlu dilakukan inovasi (h.1-5)	Masalah yang menggambarkan mengapa harus adanya inovasi (h.1-5)	
		Bab 4 hasil penelitian harus ada penjelasan hambatan dalam inovasi (h.69-74)	Ditambahkan hambatan saat menjalankan sebuah inovasi (h.69-74)	
		Pembahasan harus menjawab hasil penelitian (h 74-83)	Pembahasan ditambahkan hasil yang menjawab penelitian (h. 74-83)	
3.	Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si.	Latar belakang masalah tambahkan isu-isu yang menampilkan event hybrid pada masa pandemi (h.1-5)	Pada latar belakang masalah sudah di tambahkan isu-isu yang menampilkan event hybrid pada masa pandemi (h.1-5)	
		Rumusan masalah hapus kata mempertahankan pelanggan (h.6)	Kata mempertahankan pelanggan sudah di hapus pada rumusan masalah (h.6)	
		Hasil observasi lebih di bunyikan (h. 56-74)	Hasil observasi sudah ditambahkan agar lebih berbunyi (h. 56-74)	
		Pembahasan sinkronkan dengan situasi setelah pandemi mengapa inovasi perlu digeser (h.80-83)	Ditambahkan situasi setelah pandemi mengapa perlu adanya penggeseran inovasi pada pembahasan (h. 80-83)	

LEMBAR AWAL HASIL TURNITIN

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

25% SIMILARITY INDEX **24%** INTERNET SOURCES **7%** PUBLICATIONS % STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	6%
2	repositori.usu.ac.id Internet Source	2%
3	repository.uir.ac.id Internet Source	1%
4	ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	1%
5	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	1%
6	repository.usahidsolo.ac.id Internet Source	1%
7	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
8	core.ac.uk Internet Source	1%
9	eprints.binadarma.ac.id Internet Source	1%