

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN HUBUNGAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Rio Rizfandy Zikrizal
NPM : 2017217054
Judul : **Strategi *Special Event* Majalah Forbes Indonesia Dalam
Menjalin Hubungan Baik Dengan Publiknya Di Era Pandemi
Covid-19**

Skripsi ini telah disetujui untuk disidangkan oleh Tim Pembimbing, yang terdiri dari:

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Tanggal, 16 Maret 2021
Ketua Sidang / Pembimbing
(Aska Leonardi, M.I.Kom)



Tanggal, 16 Maret 2021
Penguji
(Mila Falma Masful, M.I.Kom)



Tanggal, 16 Maret 2021
Penguji Penelaah
(Dr. Nandang Mulyasantoso, M.Si)



Tanggal, 16 Maret 2021
Sekertaris Sidang
(Dra. Sumiyati, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN HUBUNGAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi / Tugas Akhir dengan judul:

**Strategi *Special Event* Majalah Forbes Indonesia Dalam Menjalin Hubungan
Baik Dengan Publiknya Di Era Pandemi Covid-19**

Yang disusun oleh:

Nama : Rio Rizfandy Zikrizal

NPM : 2017217054

Telah diuji sidang pada tanggal : 3 Maret 2021

Ketua sidang : Aska Leonardi, M.I.Kom

Anggota penguji : Mila Falma Masful, M.I.Kom

Anggota penguji : Dr. Nandang Mulyasantoso, M.Si

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid
Jakarta.

Jakarta, 16 Maret 2021

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Mirza Ronda, M.Si.)

Ketua Program Studi S-1

Ilmu Komunikasi



(Dr. Hayu Lusianawati, M.Si)

ABSTRAK

Strategi *Special Event* Majalah Forbes Indonesia Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Publiknya Di Era Pandemi Covid-19

Oleh: Rio Rizfandy Zikrizal

Kondisi pandemi Covid-19 yang dialami oleh Indonesia membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang mengakibatkan seluruh kegiatan mengumpulkan banyak orang di suatu tempat dilarang. Akibat dari hal tersebut, Forbes Indonesia dalam melakukan kewajibannya yaitu membina hubungan baik dengan publiknya menggunakan strategi yang berbeda dalam pelaksanaan kegiatan *special events*-nya. Dalam penelitian ini, kegiatan *special event* Forbes Indonesia yang diteliti adalah kegiatan *Special Event: Inspiring Women 2020* yang diselenggarakan melalui aplikasi pertemuan virtual Zoom.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *Public Relations* Forbes Indonesia dalam menjalin hubungan baik dengan publiknya di era pandemi melalui pelaksanaan *Special Event: Inspiring Women 2020*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang menggunakan teknik sampling *Purposive Sampling* dengan satu orang sebagai *key informan* dan satu orang sebagai *supporting key informan*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara, sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan Forbes Indonesia dalam *Special Event: Inspiring Women 2020* sangat efektif dalam melaksanakan tugas *Public Relations* Forbes Indonesia yaitu menjalin hubungan yang baik dengan publiknya. Keberhasilan *Special Event: Inspiring Women 2020* dilihat dari penyusunan jadwal yang matang, personil yang terkait khususnya dari segi pesertanya mencapai 300 peserta dimana hal tersebut melebihi ekspektasi, tujuan penyelenggaraan tercapai, yaitu selain sebagai sarana membina hubungan baik dengan publiknya, *Special Event: Inspiring Women 2020* juga dapat memotivasi wanita Indonesia dan UMKM-UMKM Indonesia untuk bangkit dan cepat beradaptasi dengan kondisi pandemi Covid-19 saat ini. Serta teori kriteria-kriteria dalam membina hubungan baik dengan publik pada kegiatan *Special Event: Inspiring Women 2020* ini semuanya tercapai.

Kata Kunci: *efektivitas, strategi special event, membina hubungan baik dengan publik.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2. Rumusan Permasalahan Penelitian.....	4
1.3. Identifikasi Permasalahan Penelitian.....	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	6
2.1. Pandemi Covid-19	6
2.1.1. Pengertian Pandemi	6
2.1.2. Faktor Penyebab Pandemi.....	6
2.1.3. Tahapan Terjadinya Pandemi.....	7
2.1.4. Dampak Pandemi	7
2.2. <i>Public Relations</i>	8
2.2.1. Pengertian <i>Public Relations</i>	8
2.2.2. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	9
2.2.3. Peranan dan Tujuan <i>Public Relations</i>	10
2.2.4. Perencanaan Kegiatan <i>Public Relations</i>	12
2.3. Strategi Komunikasi	16
2.3.1. Pengertian Strategi Komunikasi	16
2.3.2. Model Strategi <i>Public Relations</i> Anne Gregory	18
2.3.3. <i>Special Event</i> Sebagai Media Strategi Komunikasi	20
2.3.4. Hambatan Strategi Komunikasi.....	21
2.4. Publik.....	23
2.4.1. Pengertian Publik	23
2.4.2. Publik Eksternal	25

2.4.3. Kriteria Menjalin Hubungan Baik dengan Publik.....	28
2.4.4. Tujuan Menjalin Hubungan Baik dengan Publik.....	30
2.5. Strategi <i>Special Event</i>	31
2.6. Kerangka Konsep.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1. Sifat dan Jenis Penelitian.....	42
3.2. Sampling Subyek Penelitian.....	42
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4. Definisi Operasional.....	44
3.5. Metode Analisis Data	45
3.6. Lokasi Penelitian	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Hasil Penelitian.....	42
4.1.1. Gambaran Umum Majalah Forbes Indonesia.....	42
4.1.2. Logo Forbes Indonesia	43
4.1.3. Struktur Organisasi Forbes Indonesia	43
4.1.4. <i>Special Events</i> Forbes Indonesia.....	47
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.2.1. Penyusunan Jadwal <i>Special Event: Inspiring Women 2020</i>	50
4.2.2. Personil Yang Terlibat Dalam Kegiatan <i>Special Event: Inspiring Women 2020</i>	55
4.2.3. Tujuan <i>Special Event: Inspiring Women 2020</i>	58
4.2.4. Strategi Dalam Menjalin Hubungan Melalui <i>Special Event: Inspiring Women 2020</i>	62
4.2.5. Menjalin Hubungan Baik dengan Publik Menurut Keefektifan Strategi <i>Special Event: Inspiring Women 2020</i>	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1. Kesimpulan	42
5.2. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	49
Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	49
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	56
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara.....	72