

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	xiv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTACT.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Kerangka Pemikiran	
1.5.1. Tinjauan Konsep Humas Pemerintah	
1.5.1.1. Definisi <i>PublicRelations</i>	6
1.5.1.2. Peranan <i>PublicRelations</i>	8
1.5.1.3. Kegiatan Kehumasan.....	9
1.5.2. Manajemen <i>Event</i>	
1.5.2.1. Definisi dan Karakteristik <i>Event</i>	10
1.5.2.2. Proses Manajemen.....	12
1.5.3. Event dalam <i>Branding</i> Perusahaan	
1.5.3.1. Tujuan dan Manfaat <i>Event</i> bagi Perusahaan.....	21
1.5.3.2. Pertukaran Hubungan Perusahaan dan <i>Event</i>	22
1.5.4. Perusahaan Media <i>Online</i>	23
1.6. Kerangka Konsep.....	25
1.7. Metodologi	
1.7.1. Pendekatan Penelitian	26
1.7.2. Metode Penelitian	26

1.7.3. Informan/Narasumber Penelitian.....	27
1.7.4. Teknik Pengumpulan Data	28
1.7.5. Teknik Analisis Data	29

BAB II EVENT DALAM PERSPEKTIF *PUBLIC RELATIONS*

2.1. <i>Exhibits dan Special Events</i>	31
2.2. Pentingnya Publisitas dan Hubungan Media.....	34
2.3. Manajemen <i>Event</i> dan Terciptanya <i>Branding</i>	37
2.4. <i>Branding</i> Media dan <i>Event Marketing</i>	39

BAB III KILAS BALIK HIPWEE SEBAGAI PERUSAHAAN MEDIA DAN DIVISI *EVENT & PARTNERSHIP*

3.1. Profil dan Perkembangan Hipwee.....	43
3.2. Hipwee dan Berbagai Media Sosialnya.....	45
3.3. Mengenal Orang di Balik Hipwee.....	48
3.4. <i>Branding</i> Hipwee.....	50
3.5. <i>Event & Public Relations/Partnership</i> Hipwee	
3.5.1. <i>Community</i> sebagai Cikal Bakal Perkembangan <i>Event</i> Hipwee.....	55
3.5.2. Tugas dan Program <i>Public Relations</i> Hipwee	
3.5.2.1. <i>Sponsored Event</i>	58
3.5.2.2. <i>Campaign</i>	58
3.5.2.3. <i>In-House Event</i>	65
3.5.2.4. <i>Community Partner</i>	65
3.5.2.5. <i>Hotel Review</i>	66
3.5.2.6. <i>Media Partner</i>	66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

4.1. <i>Event</i> Hipwee selama 2018.....	68
4.2. Praktik PR Hipwee dalam Proses Manajemen <i>Event</i>	
4.2.1. Analisis Situasi dan Penelitian.....	76
4.2.2. Perencanaan	
4.2.2.1. <i>Hipwee Meet-Up 1</i>	79
4.2.2.2. <i>Hipwee Meet-Up 2</i>	81

4.2.2.3. <i>Kanna Black Party</i>	82
4.2.2.4. <i>WEGO Travel Gathering</i>	83
4.2.2.5. Ruang Belajar Wardah.....	84
4.2.2.6. <i>PIXY Beauty & Inspiring Talks</i>	86
4.2.2.7. <i>Roadshow Dokter Gen Z</i>	89
4.2.3. Pelaksanaan atau Implementasi.....	92
4.2.4. Evaluasi.....	93
4.3. Hipwee dan <i>Branding</i> Performa Kakak Perempuan.....	97
4.4. Diskusi	
4.4.1. Media dan Publikasi <i>Event</i> Hipwee.....	100
4.4.2. Hipwee dan Kolaborasi <i>Event for Brand</i>	107
4.4.3. <i>Sales vs Branding</i>	109
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	112
5.2. Limitasi Penelitian dan Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	119

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

GAMBAR

Gambar 1.1. Empat langkah dalam proses manajemen

Gambar 1.2. Bagan Pertukaran *event* dan perusahaan

Gambar 1.3. Kerangka konsep penelitian

Gambar 3.1. Tampilan *website* Hipwee

Gambar 3.2. Tampilan *websitehipweecommunity*

Gambar 3.3. Logo Hipwee

Gambar 3.4. Bagan Struktur Hipwee dari bagian usaha

Gambar 3.5. Bagan Struktur Hipwee dari bagian editorial Gambar 3.6. Logo
WEGO (*wego.co.id*)

Gambar 3.7. Logo PIXY

Gambar 3.8. Logo Wardah

Gambar 3.9. Logo GOC

Gambar 3.10. Logo JHU dan *John Hopkins Center for Communication Program*

Gambar 3.11. Poster *Collab* bareng Hipwee

Gambar 4.1. Poster Hipwee *Meet-Up* 1 dan 2

Gambar 4.2. Poster trailer Lembur Bacun Episode 1

Gambar 4.3. Poster Kompetisi Menulis Ayo Ke UK

Gambar 4.4. Poster Kompetisi Menulis Ruang Belajar Wardah

Gambar 4.5. Poster *PIXY Beauty & Inspiring Talks* Yogyakarta

Gambar 4.6. Logo Dokter Gen Z dan *poster grandlaunchingmicrosite*-nya

Gambar 4.7. Contoh artikel *event* yang dimuat di situs resmi Hipwee

Gambar 4.8. Salah satu cuplikan *afterevent* Hipwee di *Pixy Beauty & Inspiring Talks*

Gambar 4.9. Contoh artikel *event* Hipwee yang ditulis oleh *blogger*

Gambar 4.10. Unggahan Erny Kurnia sebelum dan sesudah *event* salah seorang KOL yang menjadi pembicara di HipweeMeet-Up

Gambar 4.11. Contoh unggahan peserta *event* Dokter Gen Z yang menggunakan tagar *hipwee* dan menggunakan tagar *#DokterGenZ*

TABEL

Tabel 4.1. *RundownHipweeMeet-Up 1*, sumber: dokumentasi pribadi Hipwee

Tabel 4.2. *RundownHipweeMeet-Up 2*, sumber: dokumentasi pribadi Hipwee

Tabel 4.3. *Rundown Kanna Black Party*, sumber: dokumentasi pribadi Hipwee

Tabel 4.4. *RundownWego Travel Gathering*, sumber: dokumentasi pribadi Hipwee

Tabel 4.5. *RundownRuang Belajar Wardah Day 1*

Tabel 4.6. *RundownRuang Belajar Wardah Day 2*

Tabel 4.7. *RundownPixy Beauty & Inspiring Talks*

Tabel 4.8. *Rundown Dokter Gen Z*