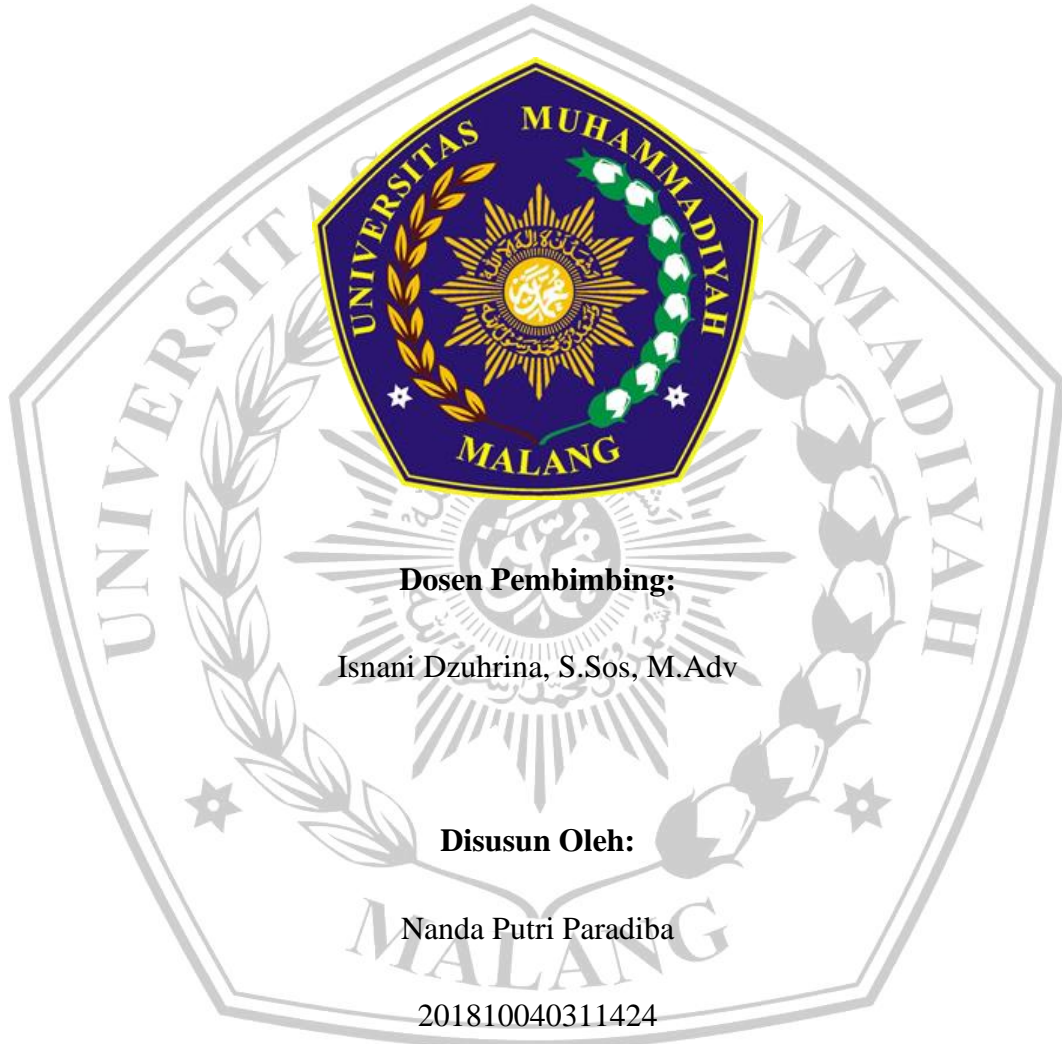


**EVENT LIVE MUSIK PRESTON COFFEE.CO MALANG SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENARIK
PENGUNJUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S-1)



Dosen Pembimbing:

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

Disusun Oleh:

Nanda Putri Paradiba

201810040311424

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LIVE MUSIC PRESTON COFFEE.CO MALANG SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENARIK PENGUNJUNG

Diajukan Oleh :

NANDA PUTRI PARADIBA
201810040311424

Telah disetujui

Rabu / 06 Maret 2024

Pembimbing I



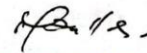
Isnani/Dzuhrina, M.Adv

Wakil Dekan I



Khairur Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.




SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nanda Putri Paradiba
201810040311424

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 06 Maret 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Joko Susilo, M.Si** ()
2. **Rahadi, M.Si** ()
3. **Isnani Dzuhrina, M.Adv** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin, S.P., M.Hub.Int.

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nanda Putri Paradiba
NIM : 201810040311424
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Manajemen Event Live Music Preston Coffee.co sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Menarik Pengunjung (Studi pada Tim Manajerial Preston Coffee.co Malang)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Desember 2023

Yang Menyatakan,



Nanda Putri Paradiba



Kampus I
Jl. Sekeloa 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 523 (Kantor)
F. +62 341 400 435

Kampus II
Jl. Bendulungan Sukam No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 348 (Kantor)
F. +62 341 582 050

Kampus III
Jl. Raya Tuguaran No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Kantor)
F. +62 341 493 435
E. ee@asabi@umm.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang maha besar, yang telah memberikan ridha dan kemudahan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang berjudul Manajemen Event Preston Coffee.co sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Menarik Pengunjung (Studi pada Tim Manajerial Preston Coffee.co Malang).

Tugas akhir skripsi ini merupakan persyaratan yang dibuat untuk menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi pada jenjang S1. Pada bab ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian tugas akhir skripsi saya:

1. Ibu Winarni, Ibu yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
2. Kakak Saya, Winalia pangesti yang juga senantiasa memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
3. Ibu Isnani Dzuhrina, Sos, M.Adv selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, masukan, dan arahan dengan baik sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
4. Tim Manajerial Preston Coffee.co Malang yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian saya
5. Kepada Genta Adi Candra yang selalu membantu, memberikan dukungan, dan menyemangati saya dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini
6. Kepada teman-teman yang membantu melancarkan penelitian yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Skripsi ini diharapkan dapat menjadi permulaan bagi saya untuk bisa terjun di bidang ilmu komunikasi secara lebih profesional, serta diharapkan skripsi ini dapat menjadi sarana berbagi referensi untuk penyelenggara event lain.

Malang, 15 Desember 2023

Nanda Putri Paradiba

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	iv
TANDA TERIMA PLAGIASI	v
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	vi
BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL	vii
ABSTRAKSI	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	8
2.1.2 Tujuan Komunikasi	9
2.2 Komunikasi Pemasaran	10
2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	10
2.2.2 Teori Bauran Komunikasi Pemasaran (<i>Promotion Mix</i>)	13
2.3 Event.....	16
2.3.1 Pengertian Event.....	16
2.3.2 Kategori Event.....	17

2.4 Manajemen Event.....	20
2.4.1 Manajemen Event sebagai Media komunikasi Pemasaran	23
2.4.2 Teori Manajemen Event Joe Goldblatt	24
2.5 Penelitian Terdahulu.....	27
2.6 Fokus Penelitian	30
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian.....	31
3.2 Tipe penelitian	31
3.3 Tempat dan waktu penelitian	32
3.4 Ruang Lingkup Penelitian	32
3.5 Subjek Penelitian.....	33
3.6 Teknik pengumpulan data	33
3.7 Teknik analisis data	34
3.8 Keabsahan data.....	35
BAB IV	37
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	37
4.1 Preston Coffee.co	37
4.2 Struktur Tim Manajerial Preston Coffee.co	38
4.3 Pengelola dan Pengelolaan.....	38
4.4 Event Live Music Bulanan Preston Coffee.co	40
BAB V.....	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
5.1 Profil Subjek.....	44
5.2 Penyajian Data.....	45
5.2.1 Manajemen Event Live Musik Preston Coffee.co	45
5.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran (<i>Promotion Mix</i>)	59
5.3 Pembahasan	62
BAB VI.....	67
PENUTUP.....	67
6.1 Kesimpulan.....	67
6.2 Saran	68

DAFTAR PUSTAKA..... 69
LAMPIRAN..... 72



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Struktur Tim Manajerial Preston Coffee.Co..... 38

Tabel 4. 2 Dafter Even Live Music Bulanan Preston Coffee.co Malang..... 42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Preston Coffee.co.....	37
Gambar 4. 2 Poster yang Menunjukkan Event Live Music Preston Cofee.co dengan Mengundang Bintang Tamu Grup Band Nasional Vierra.....	43
Gambar 4. 3 Poster yang Menunjukkan Event Live Music Preston Cofee.co dengan Mengundang Bintang Tamu Penyanyi Nasional Nadin Amizah dan Sal Priadi, dengan Tema Indie Land.....	43
Gambar 5. 1 Event Live Music Preston Coffee.co dengan Tema dan Konsep Halloween.....	49
Gambar 5. 2 Event Live Music Preston Coffee.co dengan Tema Preston Halal bi Halal Memperingati Hari Raya Idul Fitri.....	49
Gambar 5. 3 Social Media Instagram dan Tiktok Preston Coffee.co yang Digunakan untuk Promosi dan Publikasi.....	54
Gambar 5. 4 Kerjasama Dengan Media Partner Online Malang untuk Promosi dan Publikasi Event Live Music Preston Coffee.co.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara.....	72
Lampiran 2 Tabel Draft Wawancara.....	74
Lampiran 3 Hasil Wawancara.....	75




DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R., & Alsukri. (2022). Manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Baper Pekanbaru . *Communication Management and Organization*, 14-25.
- Adawiyah, S. E. (2020). *Manajemen Event*. Sleman: Bintang Pustaka Madani.
- Adhitama, T. P., & Asnur, L. (2019). Analisis Manajemen Event di Kyriad Hotel Bumiminang Padang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 213-220.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ayunda, F. B., & Megantari, K. (2021). Analisis Manajemen Event Reyog Jazz sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Budaya dan Wisata Kabupaten Ponorogo. *Commicast*, 81-89.
- Azhar, S. A. (2022). Manajemen Event Goes to Campus Lembaga Nasional Single Window. (*Doctoral dissertation, Fisip Universitas Muhammadiyah Jakarta*), 9-28.
- Azzahra, N. (2023, September Senin). *Paolo Fest Batu, Daya Tarik & Harga Menu*. Retrieved from TravelandWord: <https://travelandword.com/paolo-fest-batu/>
- Billqist, R. K. (2022, September Rabu). *Cafe Dimana-mana ? Apa sih Perannya bagi Malang ?* Retrieved from Kompasiana Beyond Blogging: https://www.kompasiana.com/ratu87946/632a99d34addee17236bd112/cafe-dimana-mana-apasih-perannya-bagi-malang?page=2&page_images=1#google_vignette
- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Fatimah, Y. S. (2020). Analisis Manajemen Event "Charismatic Night Carnival" Madiun sebagai Upaya Promosi Kota Kharismatik. (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo*), 9-21.
- Getagate_. (2020, Desember Kamis). Podcast Dadakan: Polemik Preston Coffee di tengah Pandemi. Malang, Jawa Timur, Indonesia.
- Haj, M. I. (2019). Manajemen Event PT.Argo Asia dalam Mempersiapkan Event Pucuk Cool Jam Festival 2018 di Jakarta. (*Doctoral dissertation, Universitas. Dr. Moestopo (Beragama)*), 17-141.
- Hanin, R. I., & Aryanto, H. (2019). Perancangan Promosi Wkrkop Ketan Surabaya. *Jurnal Seni Rupa*, 61-68.

- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. (2016). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 87-96.
- Irliani, H., & Diniati, A. (2020). Analisis Manajemen Event Telkom University Virtual Run. *e-Procceding of Management*, 7454.
- Kusuma, C. S. (2016). *Manajemen Event*. Yogyakarta: staffnew.uny.ac.id.
- Lestari, M. T. (2021). *Public Relation Event (Membangun Image, Reputasi, dan Mutual Understanding)*. Jakarta: Kencana.
- Machmud, M. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Selaras.
- Maulana, E. G., Martha, L. P., & Kusumaningtias, I. T. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bioskop Platinum Cineplex Cibinong Square dalam Menarik Minat Menonton di Tengan Maraknya Video Streaming. *CommLine*, 94-105.
- Mazda, G. (2019, Maret Sabtu). *Kafe di Malang yang Tumbuh dan Tumbang*. Retrieved from Tugu Malang: <https://kumparan.com/tugumalang/kafe-di-malang-yang-tumbuh-dan-tumbang-1551768038570428054/full>
- Mustaqim, A. (2022). Peran Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata di Pantai Sembukan Kecamatan Paranggupito Kabupaten Wonogiri. (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*), 1-27.
- Noor, A. (2017). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Novisyarmenha, M., Hairunnisa, & Althalets, F. (2020). Manajemen Komunikasi Konflik Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam Penyelenggaraan Event Festival Mahakam Ke XVIII Tahun 2018. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 249-260.
- Prabandani, D. L., & Nugrahani, R. U. (2019). Manajemen Proses Special Event Angklung #9 oleh Saung Udjo di Kebon Udjo Tahun 2019. *Seni, Teknologi, dan Masyarakat*, 37-43.
- Prayitno, S., & Harjanto, R. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Depok: Rajawali Pres.
- Putri, V. K., & Mulyana, D. (2020). Manajemen Event sebagai Praktik PR dalam Membangun Citra Perusahaan. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 400-405.
- Rabani, D. B., Diwyarthi, N. M., Mulyati, A, M. U., Hadawiah, Sari, Y. P., . . . Salehin. (2022). *Komunikasi Pemasaran*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.

- Ramadhan, F., & Widiarti, P. W. (2022). Analisis Manajemen Event Kiskendha Mrahaswara dalam Mengubah Citra Destinasi Wisata Gua Kiskendo. *Analisis Manajemen Event*, 368-377.
- Rehatta, A., & Kurniasari, N. A. (2021). Manajemen Seven Event dalam Mempublikasikan Event Gias Melalui Akun Instagram @gias_id untuk Menarik Jumlah Pengunjung. (*Doctoral dissertation, Universitas Budi Luhur*), 1-8.
- Ropiah, S., Susanto, T., & Ramdhani, M. (2018). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran De Box Cafe dalam Menarik Minat Konsumen. *Politikom Indonesiana*, 2528-2069.
- Sabalius, U., & Firman, S. (2021). *Manajemen Event di Desa Wisata*. Malang: Literasi Nusantara.
- Saputro, J. (2014). Perencanaan Event Management Festival Kesenian Yogyakarta sebagai Media Komunikasi Identitas Yogyakarta. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*), 92.
- Setyaramadani, D., Respati, Y. A., Nugroho, F. W., Yuliansyah, Sasmita, N., Wijayanti, . . . Paransa, P. J. (2022). *Event Organizer (Teori dan Praktik)*. Yogyakarta: PT. Nas Media Indonesia.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Suhendra, F. I., & Wardhania, I. J. (2015). Manajemen Event Pameran Pernikahan Tradisional Lintaswarna. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 139-143.
- Utami, H. (2021). *Manajemen Event dan Proyek, Antara Konsep dan Praktiknya*. Jakarta: UNJ Press.
- Wicaksono, N. (2021). Manajemen Event Lampung Krakatau Festival 2019 dalam Mempromosikan Pariwisata Lampung. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonsia*, 6-12.
- Wijayaningrum, S. R. (2018). Analisis Manajemen Event Gumelem Ethnic Carnival Tahun 2016 dalam Melestarikan Kebudayaan di Gumelem, Banjarnegara. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia*), 1-17.
- Yasmin, A. (2019). Manajemen Special Event #HYPBARENGLOOP. (*Doctoral dissertation, Universitas Sultan Agung Tirtayasa*), 20-48.

DAFTAR LAMPIRAN

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi


Nama : Nanda Putri Peradiba
NIM : 201810040311424

Hasil Plagiasi : 14/12 26/1 31/1

BAB I	24	11		
BAB II	47	30	13	
BAB III	38	24	14	

14/12 26/1

BAB IV	5	9		
BAB V	8	7		
BAB VI	2	6		

Malang, 31 Januari 2024
Admin Plagiasi Prodi,
 M. Dasuki

PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

