

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Perumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian	20
1.6 Sistematika Penulisan	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	23
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	23
2.1.1 Rangkuman Teori/Konsep Dasar	23
2.1.2 Pengertian Event	23
2.1.3 Event Impact	27
2.1.4 Event Sebagai Strategi Promosi dan Penyampaian Pesan	28
2.1.5 Event Organizer	30
2.1.6 Event Management.....	33
2.1.7 Karakteristik <i>Event</i>	37
2.1.8 Bentuk Komunikasi dalam manajemen <i>event</i>	39
2.1.9 Konsep Citra (<i>Image</i>).....	42
2.1.10 Swakelola <i>Event (event in-house management)</i>	43
2.2 Penelitian Terdahulu	45
2.3 Kerangka Pemikiran.....	54
2.4 Lokasi dan Objek Penelitian	54
2.4.1 Lokasi Penelitian.....	54
2.4.2 Objek Penelitian.....	55
2.5 Waktu dan Periode Penelitian	56

BAB III METODE PENELITIAN.....	57
3.1 Karakteristik Penelitian.....	57
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	57
3.1.2 Metode Penelitian.....	58
3.1.3 Rancangan Penelitian	61
3.1.4 Pendekatan Penelitian	62
3.2 Tahap Penelitian.....	63
3.3 Pengumpulan Data	65
3.3.1 Data Primer	66
3.3.2 Data Sekunder	67
3.4 Kriteria Informan Peneltian.....	67
3.5 Teknik Analisis Data.....	69
3.6 Teknik Keabsahan Data	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Hasil Penelitian	73
4.1.1 Tahapan Perencanaan Event	73
4.1.1.1 Analisa Situasi.....	74
a) Situasi historis.....	74
b) Situasi ke depan.....	74
4.1.1.2 Tujuan kegiatan.....	79
a) Tujuan strategis institusi	79
b) Tujuan praktis kegiatan	82
c) Penetapan Tema	87
d) Sumber daya.....	89
4.1.2 Tahapan Pelaksanaan Event.....	94
4.1.2.2 Bentuk Acara/Kegiatan	94
4.1.2.3 Pengelolaan Acara/Kegiatan	96
a) Konsep Swakelola.....	96
b) Pembentukan Tim dan Pembagian Tugas	101
c) Penyusunan program dan kegiatan	103
4.1.3 Tahapan Evaluasi Event.....	109
4.1.3.2 Monitoring dan Evaluasi	109
a) Monitoring dan evaluasi secara berkala.....	109
b) Monitoring <i>feedback</i>	113
c) Monitoring dan evaluasi kegiatan komunikasi	115
d) Evaluasi dampak bagi <i>stakeholders</i>	118
4.1.4 Pola Komunikasi dalam kegiatan.....	120

4.1.4.1	Proses Komunikasi.....	120
4.1.4.1.1	Bentuk komunikasi	120
4.1.4.1.2	Komunikasi pra kegiatan.....	124
4.1.4.1.3	Komunikasi internal pada tahap kegiatan	126
4.1.4.1.4	Komunikasi eksternal pada tahap kegiatan	128
4.2	Pembahasan.....	131
4.2.1	Tahap Perencanaan <i>Event</i>	132
4.2.2	Tahap Pelaksanaan <i>Event</i>	137
4.2.3	Tahap Evaluasi <i>Event</i>	141
4.2.4	Pola Komunikasi <i>Event</i>	145
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		151
5.1	Simpulan	151
5.2	Saran.....	155
DAFTAR PUSTAKA		157
LAMPIRAN		161