

**ANALISIS *EVENT* HALAL TALK 2.0 TAHUN 2018  
SEBAGAI STRATEGI *MARKETING PUBLIC  
RELATIONS* HOTEL SOFYAN CUT MEUTIA  
JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie



**FERIK TRIANDA PUTRA**

**1171903061**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**


**2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Ferik Trianda Putra

NIM : 1171903061

Tanda Tangan : 

Tanggal : 13 Agustus 2019




## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	Ferik Trianda Putra
NIM	1171903061
Program Studi	Komunikasi Pemasaran
Fakultas	Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi	Analisis <i>Event</i> Halal Talk 20 Tahun 2018 sebagai Strategi <i>Marketing Public Relations</i>

Telah berhasil dipertaruhkan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Komunikasi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing	Dianingtyas Putri, S Sos, M.Si	
Penguji 1	Mirana Hanathasia, S Sos, MMediaPrac	
Penguji 2	Dra. Suharyanti M S M	
Ditetapkan di	Jakarta	
Tanggal	13 Agustus 2019	

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia serta nikmat hidup yang diberikan, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi (tugas akhir) ini yang dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

### **1. Ms. Dian Murtanti Putri, M.si**

Terima kasih atas waktu, usaha, tenaga, dan pikiran yang sudah membantu penulis dalam banyak hal. Tidak hanya sebagai dosen pembimbing namun juga sebagai sahabat yang selalu mendengarkan namun tak membiarkan. Terima kasih atas ilmu yang bermanfaat ini. Semoga bisa menjadi amal ibadah.

### **2. Dra.Suharyanti M.SM dan Mirana Hanathasia, S.Sos.,MMediaPrac**

Terima kasih kepada dua dosen penguji yang akrab disapa dengan Ibu Yanti dan Ibu Mirana, Tidak terasa tiga semester lamanya saya mendapatkan pengetahuan mengenai bidang komunikasi pemasaran. Sosok pengajar yang baik dan dosen yang selalu memberikan kesempatan kepada penulis dan memotivasi penulis bisa untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih atas waktu dan kepercayaannya.

### **3. Kedua Orang Tua dan Keluarga Besar**

Terima kasih teruntuk kedua orang tua tersayang, mama dan papa. Terima kasih atas doa yang tiada hentinya untuk penulis dan juga segala bentuk dukungan baik materi, hati, dan juga kesabaran selama ini menghadapi penulis. Terima kasih juga untuk Abang Fikry Winanda beserta istri dan juga Ayra Nazla Asyfi keponakan yang senantiasa memberikan warna baru dan hiburan agar penulis tetap semangat untuk berkarya. Teruntuk, Abang Varel Farisa beserta istri yang sudah membantu penulis untuk memberikan

semangat yang tiada hentinya. Tidak lupa untuk segenap keluarga besar yang lainnya, Kakak Rahmi Hilma Denza dan Adhaitul Wahyuni. Kakak yang selalu mengingatkan dan selalu meyakinkan penulis bisa untuk menyelesaikan karya ini.

**4. Noveri Maulana S.Ikom MM. CPEL & Putri Lestari SE.,M.AK.,AK.,CA**

Terima kasih atas waktu, pikiran, dan tenaga yang senantiasa terus menerus memberikan dukungan yang tiada hentinya. Semoga apa yang pernah dilakukan kepada penulis saat ini bisa penulis kenang dan berikan juga untuk orang lain.

**5. Rudi Maulana S.T., MM.,CPP.,CLA**

Terima kasih kepada Bapak Rudi Maulana, pimpinan sekaligus mentor yang selalu mengiringi langkah penulis dengan saran dan bimbingan. Atas kesempatan dan kepercayaan yang diamanahkan kepada penulis untuk menjadi orang yang berguna nantinya.

**6. Muhammad Zakiy S.I.Kom**

Terima kasih untuk kerja keras dan dukungan yang telah diberikan hingga akhirnya Tugas Akhir ini selesai dengan sebaik-baiknya.

**7. Keluarga Besar Talkactive.id dan Digital Finger.id**

Terima kasih penulis ucapkan atas kesempatan ini, memberikan penulis tantangan baru untuk bagaimana bisa membagi waktu dengan baik antara bekerja dan menyelesaikan studi di Universitas Bakrie. Teruntuk tim tercinta yang selalu bekerja tanpa mengenal lelah yakni Hilyathul Wahid, Muhammad Sihabudin Riatna, Anggi Pratama, Alvino Dirgantara, Ghanez A. Thoriq dan Duha Al-Qausar.

**8. Keluarga Besar PT. Sofyan Hotels Tbk.**

Terima kasih teruntuk Bapak Harish Adrian Riyanto, sahabat dan juga rekan kerja yang baik. Alyssa Ramadhani yang juga senantiasa dengan hati ikhlas dan penuh semangat untuk memberikan informasi kepada penulis, dan Ricky Iskandar yang telah memberikan banyak pengetahuan kepada penulis mengenai Hotel Sofyan. Penulis turut mengucapkan rasa bahagia atas waktu, kesempatan, dan kerja sama yang diberikan.

**9. Retno Dwi Utami S.H & Triana Bunda**

Terima kasih untuk Retno yang biasa penulis panggil “Noe” atas bantuan, kemudahan, dan kebesaran hatinya untuk memberikan semangat serta dukungan tenaga dan waktunya agar skripsi penulis ini selesai sebagaimana mestinya. Terima kasih untuk sahabat dan adik penulis Triana Bunda yang penulis panggil “Nana” tempat untuk berbagi dan saling memberikan semangat serta senantiasa memberikan dukungan sehingga penulis selalu bisa tabah dan sabar dalam menghadapi tantangan demi tantangan.

**10. Sahabat Penulis**

Terima kasih teruntuk Muhammad Zakiy, Abdi Nega Rindo, Fadel Arif Aztamurri, Geno Putra Wijaya, Lisa Ridha Yulia, Delvia Idola, Jeswita Erwina, Nurul Azizah, Puti Revina, Atika Hidayati, Mega, Restu Yulia, Zikri Yulia Sari, Cahil, dan Muthia Rahma, Nadya Arriana, Luthfia Erfira, Faiz Angger, Ria Rachmawati, Rudy Safari, Mba Yuyun. Sahabat yang pantang menyerah untuk memberikan semangat, saran, dan pelajaran hidup yang tiada henti-hentinya.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ferik Trianda Putra

NIM : 1171903061

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Tugas Akhir : Karya Ilmiah/ Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Analisis *Event Halal Talk 2.0 Tahun 2018 Sebagai Strategi Marketing Public Relations Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta* ”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Ferik Trianda Putra

**ANALISIS EVENT HALAL TALK 2.0 TAHUN 2018 SEBAGAI STRATEGI  
MARKETING PUBLIC RELATIONS HOTEL SOFYAN CUT MEUTIA  
JAKARTA  
FERIK TRIANDA PUTRA**

---

**ABSTRAK**

Maraknya *trend* wisata halal (*halal tourism*) saat ini menjadikan perusahaan di Indonesia untuk saling bersaing satu sama lain. Berbagai macam cara pun dilakukan untuk memperkuat *brand* di benak konsumen. Tak terkecuali bagi perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan. *Marketing Public Relations* sebuah strategi yang tidak hanya memberikan informasi kepada masyarakat namun juga meningkatkan kesadaran masyarakat dalam rangka membangun kesan positif sehingga membuat *brand* tersebut dikenal. Satu dari sekian strategi yang dilakukan oleh *Public Relations* pada aktivitas pemasaran yakni melalui *special event*. *Event* Halal Talk 2.0 Tahun 2019 menjadi satu dari sekian strategi bagi hotel syariah pertama di Indonesia ini untuk mengenalkan dan mempertegas *brand* Hotel Sofyan Cut Meutia di pasaran sebagai hotel halal. Tentu, berhasil atau tidaknya *event* Halal Talk 2.0 Tahun 2018 didasarkan pada proses perencanaan yang matang dan dukungan dari semua pihak. Maka dari itu, hasil penelitian ini bertujuan mengetahui proses perencanaan *event* Halal Talk 2.0 Tahun 2018 sebagai Strategi *Marketing Public Relations*. Adapun terkait konsep dan teori yang digunakan yakni dimulai dari Konsep *Marketing Public Relations* yang dimulai dari melihat kesesuaian dalam tahapan *special events* yakni berdasarkan siapa saja pihak yang terlibat dalam *event* ini (who), tujuan yang ingin dicapai (why), waktu pelaksanaan (when), tempat pelaksanaan (where), bentuk *event* (when), serta bagaimana cara mencapai tujuan (How). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *event* halal talk 2.0 Tahun 2018 sebagai strategi MPR dalam membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya halal secara menyeluruh (inklusif) mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Disamping itu dari *event* Halal Talk 2.0 Tahun 2018 menegaskan Hotel Sofyan Cut Meutia sebagai hotel halal pertama di Indonesia.

**Kata Kunci** : *Marketing Public Relation, Special Event, Hotel Sofyan*



**THE ANALYSIS OF EVENT OF HALAL TALK 2.0 2018 AS  
MARKETING PUBLIC RELATIONS STRATEGY FOR HOTEL  
SOFYAN CUT MEUTIA JAKARTA**

**FERIK TRIANDA PUTRA**

---

**ABSTRACT**

*The growing trend of Halal Tourism nowadays make companies in Indonesia compete each other. Various ways have also done to strengthen the brand in the minds of consumers. No exception for companies engaged in hospitality. Marketing Public Relations is a strategy that is not only provides information to the public but also increases public awareness in order to build a positive impression that makes the brand being known. One of the strategies held by Public Relations in marketing activities is through special events. The Halal Talk 2.0 event in 2019 is one of the strategies for the first syariah hotel in Indonesia to introduce and reinforce the Sofyan Cut Meutia Hotel brand on the market as a halal hotel. Of course, the success or failure of the Halal Talk 2.0 Year 2018 event is based on a through planning process and support from all parties. Therefore, the results of this study aim to determine the planning process of the Halal Talk 2.0 Year 2018 event as a Public Relations Marketing Strategy. The related concepts and theories are used, starting with the marketing public relations, from seeing the suitability in the special events stage, which is based on who is involved in this event (who) , time of implementation (where), place (where), form of event (when), and how to achieve the goal (How). This study uses descriptive qualitative research method. The result of this research shows that special event (Halal Talk 2.0 2018) as the MPR strategy to gain awareness which is halal living is so useful and to build and make sure that Hotel Sofyan Cut Meutia really a first hotel halal in Indonesia.*

**Keywords:** *Marketing Public Relations, Special Event, Hotel Sofyan*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Akademis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis.....	12
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>13</b>
2.1. Tinjauan Pustaka Terhadap Penelitian Sebelumnya.....	13
2.2. Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	24
2.2.1. <i>Marketing Public Relations</i> .....	24
2.2.2. <i>Special Event</i> .....	27
2.3. Kerangka Pemikiran.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1. Metode Penelitian.....	38
3.2. Objek Penelitian.....	40
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1. Sumber Data.....	40
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	44
3.5. Teknik Analisis Data.....	46
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	47
3.7. Keterbatasan Penelitian.....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.1.1. Tentang Hotel Sofyan Cut Meutia.....	49
4.1.2. Visi Misi Perusahaan.....	50
4.1.3. Budaya Perusahaan.....	50
4.1.4. Logo Perusahaan.....	51
4.1.5. Produk dan Layanan Perusahaan.....	52
4.1.6. Gambaran Umum <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018.....	54

4.2.	Hasil Penelitian.....	55
4.2.1.	Unsur <i>Who</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018.....	57
4.2.2.	Unsur <i>Why</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018.....	59
4.2.3.	Unsur <i>When</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018 .....	62
4.2.4.	Unsur <i>Where</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018 .....	62
4.2.5.	Unsur <i>What</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018 .....	64
4.2.6.	Unsur <i>How</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018 .....	65
4.3.	Pembahasan .....	67
4.3.1.	Unsur <i>Who</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018 .....	69
4.3.2.	Unsur <i>Why</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018.....	75
4.3.3.	Unsur <i>When</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018.....	78
4.3.4.	Unsur <i>Where</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018 .....	79
4.3.5.	Unsur <i>What</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018 .....	80
4.3.6.	Unsur <i>How</i> pada <i>Event</i> Halal Talk 2.0 Tahun 2018 .....	81
BAB V.....		83
5.1.	Simpulan.....	83
5.2.	Saran .....	85
5.2.1.	Saran Teoritis.....	85
5.2.2.	Saran Praktis .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....		87
LAMPIRAN.....		89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Konsumsi Wisatawan Muslim	3
Gambar 1.2 Jumlah Wisatawan Muslim Dunia	4
Gambar 1.3 Jumlah Hotel dan Pasokan Kamar di Jakarta	7
Gambar 1.4 Screenshot Komentar Facebook Hotel Sofyan	9
Gambar 1.5 Screenshot Akun Instagram Hotel Sofyan	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Logo Sofyan	51
Gambar 4.2 Struktur Produk dan Layanan Sofyan Hotel	52
Gambar 4.3 Pemberian Sertifikat Narasumber	58
Gambar 4.4. Pembukaan Acara <i>Event</i> Halal Talk 2.0	58
Gambar 4.5 Promosi <i>Event</i> Halal Talk 2.0	62
Gambar 4.6 Ruang Bermain Anak dalam <i>Event</i> Halal Talk 2.0	64
Gambar 4.7 Talking Points Si.Se.Za	72

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	45
Tabel 3.2 Data Informan	46