

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

**Skripsi, 2023**

**Indah Meilina**

**2019140042**

**“Event Management PT Neo Expo Promosindo Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Event IFBC 2022)”**

**ABSTRAK**

Persaingan bisnis dalam lingkup penyedia jasa seperti *Event Organizer* (EO) di era saat ini sangatlah kuat. Setiap perusahaan berlomba menawarkan berbagai macam keunggulan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, PT Neo Expo Promosindo melakukan *event roadshow* ke beberapa kota berkolaborasi dengan UMKM lewat pameran IFBC 2022. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *event management* yang dilakukan oleh PT. Neo Expo Promosindo dalam membangun citra perusahaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *event management* dari Joe Goldblatt yaitu *Research, Design, Planning, Coordination* dan *Evaluation*. Teori Pembentukan Citra Nimpoeno yaitu Persepsi, Kognisi, Motivasi, dan Sikap. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data metode wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yaitu diawali dengan *research* umum dari mulai pre-event dengan melakukan wawancara acak ke sejumlah pelaku usaha waralaba. *Design*, menggunakan dua strategi, *above the line* dan *below the line*, baik cetak dan digital, juga luar ruang. *Planning*, menentukan *venue* yang strategis, mencari sponsor, dan membuat *event timeline*. *Coordination*, melakukan koordinasi sebelum, saat berlangsung, dan setelah event berlangsung. *Evaluation*, hasilnya cukup memuaskan bahwa event IFBC 2022 ini memberikan dampak positif bagi peserta pameran karena transaksi yang terjadi dan rangkaian kegiatan yang komprehensif. Pembentukan citra Nimpoeno yaitu Persepsi, Kognisi, Motivasi, dan Sikap pada event IFBC 2022 hasilnya yaitu pengunjung merasa puas dengan rangkaian kegiatan yang memberikan edukasi mengenai warlaba yang pada akhirnya mereka tertarik untuk membeli warlaba, dan memberikan dampak positif bagi peserta pameran karena transaksi yang terjadi dan rangkaian kegiatan yang komprehensif. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa *event management* yang baik dapat membangun citra perusahaan.

**Kata Kunci : *Public Relations, Event Management, Citra.***

**Referensi : 11 Buku, 9 Jurnal, 4 Website**

**Dosen Pembimbing : Dr. Tria Patrianti, M.I.Kom**