

Aktivitas Manajemen Public Relations Pt. Mamex Production Dalam Mengelola Event Organizer Di Kota Makassar

Muh Fikri Dwi Aryanto
aryantofikri11@gmail.com
Universitas Muslim Indonesia

Kaharuddin
kaharuddin.fs@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Izki Fikriani Amir
izkiamir@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas dan tantangan manajemen Public Relations dalam pengelolaan event organizer pada PT. Mamex Production di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan sumber data yakni data primer dan sekunder. Adapun Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dalam mengelola manajemen, tahap yang dihadapi Dalam PT Mamex Production sendiri, saat menjalankan sebuah *event* tentunya setiap divisi akan menjalankan tugasnya masing-masing salah satunya *Public Relations* atau *Project Officer* PT. Mamex Production yaitu: segi perencanaan, koordinasi dengan berbagai pihak yang terkait, koordinasi dengan media massa, memastikan bahwa seluruh aspek komunikasi dan hubungan berbagai pihak terkait berjalan dengan lancar, memastikan bahwa media mendapatkan informasi dan bahan yang dibutuhkan dalam membantu meningkatkan liputan media tentang event, dan mengevaluasi keberhasilan acara dan memperbaiki proses di masa depan. Tantangan yang dihadapi oleh PT Mamex Production dalam mengelola *event organizer* adalah persaingan yang ketat di industri ini, menghadapi permintaan klien yang mendadak, perencanaan dan pengelolaan anggaran yang ketat, perencanaan dan pengelolaan anggaran yang ketat, menghadapi pihak berwenang dalam hal perizinan maupun surat rekomendasi kegiatan, dan penggunaan teknologi modern untuk meningkatkan pengalaman peserta.

Kata Kunci: *Public Relations, Manajemen, Event Organizer*

Abstract: *This research aims to determine the activities and defense of Public Relations management in managing event organizers at PT. Mamex General Production in Makassar City. This research uses descriptive qualitative research methods, with data sources namely primary and secondary data. The data collection techniques are observation, interviews and documentation. The research results show that in managing management, the stage facing Dalam PT Mamex Production sendiri, saat menjalankan sebuah event tentunya setiap divisi akan menjalankan tugasnya masing-masing salah satunya Public Relations atau Project Officer PT. Mamex Production, namely: planning, coordinating with various related parties, coordinating with mass media, ensuring that all aspects of communication and relations with various related parties run smoothly, ensuring that the media gets the information and materials needed to help increase media coverage of the event, and starting events and improving future processes. The challenges faced by PT Mamex Production in managing event organizers are tight competition in this industry, facing sudden client requests, tight budget planning and*

management, tight budget planning and management, facing the authorities in terms of licensing and activity recommendation letters, and the use of modern technology to enhance the attendee experience.

Keywords: *Public Relations, Management, Event Organizer*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaksanaan *event* telah menjadi salah satu strategi penting bagi perusahaan dan organisasi untuk memperluas jangkauan pasar, membangun citra positif, dan mempromosikan produk atau layanan mereka. Namun, pelaksanaan *event* yang sukses tidak hanya bergantung pada aspek teknis dan logistik semata, tetapi juga membutuhkan strategi komunikasi yang efektif. Di sinilah peran penting *Public Relations* (PR) dalam pengelolaan *event* menjadi sangat relevan.

Agar dapat dikenal oleh khalayak luas, tentunya sebuah perusahaan membutuhkan fungsi *Public Relations* atau humas. *Public Relations* memiliki peran krusial dalam menjembatani hubungan antara *event organizer*, peserta acara, sponsor, dan pihak terkait lainnya. Aktivitas manajemen *Public Relations* sangat penting untuk pengelolaan *event organizer* serta perubahan-perubahan yang terjadi dalam industri *event* dan dinamika pasar yang cepat.

Peran *Public Relations* (PR) dalam menggunakan komunikasi industri pada konteks industri kreatif, khususnya *event organizer* berfungsi sebagai jembatan antara *event organizer* dan pemangku kepentingan terkait, seperti klien, sponsor, media, komunitas, dan audiens target. *Public Relations* memiliki kemampuan untuk merancang strategi komunikasi yang tepat, membangun hubungan yang baik dengan media, menciptakan konten yang menarik, dan mempengaruhi persepsi serta partisipasi peserta. maka dari itu aktivitas manajemen *Public Relations* menjadi faktor penting dalam pengelolaan *event organizer* yang sukses dengan atau tanpa.

Industri kreatif telah mengalami perkembangan yang signifikan. Kota Makassar, sebagai salah satu pusat kegiatan ekonomi, politik, dan budaya di Sulawesi Selatan, memiliki potensi besar dalam menggelar berbagai acara dan kegiatan dalam dunia bisnis saat ini yang dimana itu semua adalah aktivitas dalam perusahaan *event organizer*.

Keadaan industri *event organizer* di Indonesia kini berkembang pesat, terbukti dengan banyaknya bisnis *event organizer* yang beroperasi di kota-kota besar di Indonesia, khususnya Makassar, salah satu kota dengan jumlah bisnis *event organizer* yang begitu besar. Banyaknya industri *event organizer* baru yang bermunculan dan mencoba masuk ke dunia bisnis ini dikarenakan masyarakat saat ini menginginkan segala sesuatu serba instan dan tidak ingin direpotkan dengan hal-hal yang rumit, sehingga peluang bisnis *event organizer* sangat cerah.

PT. Mamex Production merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyelenggara *event*. dan juga melayani kerjasama dengan pelayanan yang mengutamakan kualitas dan kuantitas. PT. Mamex Production berdiri di Makassar sejak 20 Maret 2001, dan sudah banyak handle berbagai *event* berbasis local, nasional, hingga skala internasional. Berbagai *event* yang sering diorganisir seperti *launching* produk suatu perusahaan, acara umkm, gathering,

exhibition, music event, government event, sport event, dan lain-lain.

Hasil penelitian ini juga dapat memberikan wawasan dan rekomendasi praktis bagi para praktisi *event organizer* di Kota Makassar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan ini dengan menganalisis secara lebih mendalam bagaimana aktivitas manajemen *Public Relations* dalam mengelola *event organizer* di Kota Makassar.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian yaitu kualitatif dan Analisis Deskriptif yang berusaha menggambarkan dan melukiskan dengan jelas terkait Aktivitas Manajemen Public Relations Pt. Mamex Production Makassar Dalam Mengelola Event Organizer Di Kota Makassar

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan Lokasi Penelitian ini di kantor PT. Mamex Production Makassar di jalan Ballaparang II Kota Makassar. Peneliti memerlukan waktu penelitian selama 1 (satu) bulan.

Jenis dan Sumber Data

a. Sumber Data primer

Sumber data dari hasil wawancara langsung dengan pegawai responden menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Data primer yang akan diambil, yaitu hasil wawancara Proses pengumpulan data primer didapat berdasarkan survei lapangan dengan melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian.

b. Sumber Data sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengelolaan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan atau melalui dokumen dalam hal ini, menjadi sumber data sekunder yaitu dokumen dokumen hasil wawancara serta dilakukan pengembangan strategi promosi yang berkaitan dengan penelitian penulis.

Informan Penelitian

Informan merupakan orang-orang yang berpotensi memberikan informasi yang diperlukan. Informan ini sudah banyak pengalaman tentang penelitian dan dapat memberikan pandangannya dari dalam tentang nilai-nilai, sikap, proses, dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian setempat. Informan penelitian ini adalah orang yang berada pada lingkungan penelitian. Adapun informan yang dipilih, yaitu Internal PT. Mamex Production Fauzi Syahrir selaku *Public Relations* dan *Project Officer* dan Ayi Fahriadi selaku *General Manager*. Freelancer Syahria Yudhistira selaku Freelancer dan Rivai Rivhan selaku Freelancer

Instrumen Penelitian

Untuk mengumpulkan data dari informan, peneliti memerlukan instrument bantuan yaitu panduan atau pedoman wawancara mendalam yang berisi daftar pertanyaan (informasi) yang akan atau yang perlu di kumpulkan. Selanjutnya diperlukan bantuan alat perekam, kamera digital, serta alat tulis yang digunakan untuk merekam hasil wawancara atau observasi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik sebagai berikut

1. Observasi
 Peneliti akan turun ke lapangan untuk melihat secara langsung guna mendapatkan informasi yang valid dan akan di sesuaikan dengan hasil wawancara yang selanjutnya dilakukan dengan beberapa informan yang telah ditentukan
2. Wawancara
 Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara yang terstruktur agar dapat memudahkan peneliti saat mengolah sebuah data. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dimana pewawancara telah menetapkan masalah yang akan dibahas dan telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan.
3. Dokumentasi
 Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian data tersedia adalah bentuk surat, catatan harian laporan, foto, dan sebagainya. Secara detail bahan dokumenter terbagi beberapa macam yaitu otobiografi, surat-surat pribadi buku dan catatan harian, memorial, kliping, dokumen pemerintah atau swasta dan tersimpan di website, dan lain-lain.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengolah data menjadi hasil penelitian dimana data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi dilapangan dapat dimanfaatkan untuk menyimpulkan hasil penelitian. Dimana dalam teknik analisis data ada tiga komponen yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Pengumpulan data, pada tahap ini peneliti akan mencari dan mengumpulkan data yang dibutuhkan baik dari sumber data primer maupun sumber data sekunder. Pengumpulan data dilakukan berdasarkan teknik pengumpulan data yang telah ditetapkan oleh peneliti
2. Reduksi data (data reduction), data yang telah diperoleh akan diolah dengan cara memilah data dengan merangkum hal- hal pokok dan memfokuskan pada poin – poin penting. Reduksi data ini dilakukan agar mendapatkan gambaran yang lebih jelas dari data yang diperoleh dan mempermudah peneliti untuk mencari kekurangan data yang belum diperoleh.
3. Penyajian data (data display), pada tahap ini data akan disusun lebih rapi dan dikelompokkan sesuai dengan jenis data. Penyajian data ini dapat berupa uraian singkat, bagan, flowchart, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Penyajian data ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami apa yang terjadi dari data yang diperoleh, dan merencanakan rencana kerja selanjutnya dari apa yang telah dipahami.
4. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing / verification), kesimpulan awal pada penelitian ini masih bersifat sementara. Kesimpulan ini dapat berubah apabila terdapat bukti maupun temuan baru yang kuat yang mendukung pada saat proses verifikasi data dilapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas manajemen *Public Relations* PT. Mamex Production dalam mengelola *Event* di Makassar

PT. Mamex Production merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyelenggara *event*. dan juga melayani kerjasama dengan pelayanan yang mengutamakan kualitas dan kuantitas. PT. Mamex Production berdiri di Makassar sejak 20 Maret 2001, dan sudah banyak *handle* berbagai *event* berbasis local, nasional, hingga skala internasional. Berbagai *event* yang sering diorganisir seperti *launching* produk suatu perusahaan, acara umkm, *gathering*, *exhibition*, *music event*, *government event*, *sport event*, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa dalam perencanaan sebuah *event*, PT. Mamex Production membuat *schedule* dengan klien yang dimana mereka membahas masalah konsep acara yang akan diselenggarakan. Salah satu *event* yang dilaksanakan PT. Mamex Production yaitu Music Event COLLABONATION TOUR pada tanggal 25 Juli 2023. Dalam *event* tersebut PT. Mamex Production terlebih dahulu mengadakan *meeting* dengan klien yang terkait dengan membahas konsep acara yang akan diadakan, perihal RAB dan kebutuhan lainnya selama proses pelaksanaan *event* tersebut.

Berdasarkan wawancara menyatakan bahwa PT Mamex Production dalam melaksanakan *event*, terlebih dahulu dilakukan tahap perencanaan, dimana membuat *schedule* dengan klien untuk mendiskusikan konsep acara yg ingin diselenggarakan, dan membentuk tim dari internal dengan permintaan klien sebelumnya. Proses perencanaan dilakukan dengan sangat baik mulai dari membuat *schedule* sejak awal perencanaan *event*, *Public Relations* terlibat dalam menyusun *schedule* yang berisi rencana komunikasi dan strategi untuk menginformasikan *event* kepada berbagai pihak terkait. *Schedule* ini mencakup waktu dan konten komunikasi yang akan disampaikan kepada media, sponsor, peserta, dan masyarakat umum. *Public Relations* juga harus memastikan bahwa jadwal komunikasi tersebut berjalan sesuai rencana untuk mencapai tujuan *event* dengan baik.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, diketahui bahwa dalam hal koordinasi PT. Mamex Production menjaga hubungan dengan pihak instansi yang terkait. PT. Mamex Production juga memastikan koordinasi dengan media dan pihak terkait dalam hal administrasi perizinan. Seperti dalam *event* yang di selenggarakan PT. Mamex Production yaitu Gathering ALASKA RUN (Alaska) pada tanggal 27 Juli 2023, sebelum *event* tersebut terlaksana pihak PT. Mamex Production membuat surat permohonan perizinan baik dari pihak kelurahan, pihak kecamatan, dan kapolsek wilayah yang akan diselenggarakan *event* tersebut. PT. Mamex Productin juga melakukan *meeting* dengan media yang terkait baik itu secara virtual maupun secara langsung.

Berdasarkan wawancara di atas bahwa PT. Mamex Production dalam hal koordinasi selalu membangun *emotional bonding* kepada berbagai staf instansi dan berusaha memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh pihak terkait dalam hal administrasi perizinan. Selain itu PT. Mamex Production selalu menjaga tali silaturahmi dan mereka juga mengadakan acara *gathering* ataupun makan bersama.

Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa dalam hal pengorganisasian, PT. Mamex Production selalu menjalin hubungan dengan sponsor dan mitra kerja dalam hal pengelolaan komunikasi dan berinteraksi dengan media massa dalam penyebaran informasi terkait event yang akan diselenggarakan. Seperti dalam Music Event COLLABONATION TOUR pada tanggal 25 Juli 2023, dimana PT. Mamex Production selalu menghubungi pihak media yang terkait dan PT. Mamex Production juga mengadakan Press Conference dengan media sebelum event tersebut dilaksanakan.

Berdasarkan wawancara menunjukkan bahwa PT. Mamex Production Selain menjaga hubungan baik dengan sponsor dan juga mitra kerja PT. Mamex Production juga mengelola komunikasi dan berinteraksi dengan media massa dalam menyebarkan informasi terkait *event* di Kota Makassar.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dalam hal pelaksanaan sebuah event, PT. Mamex Production selalu menjaga koordinasi dengan vendor-vendor yang terlibat dalam event yang diselenggarakan. Seperti dalam event ALASKA RUN (Alaska) pada tanggal 27 Juli 2023 dimana tim internal yang telah dibentuk oleh PT. Mamex Production selalu berkoordinasi dengan pihak-pihak vendor terkait kebutuhan yang diperlukan dalam event yang diselenggarakan dengan menggunakan HT agar komunikasi mengefisienkan jalur komunikasi. Berdasarkan wawancara di atas menunjukkan bahwa, *Public Relations* memastikan Koordinasi dan Komunikasi Internal Selama tahap pelaksanaan, dan juga penghubung antara berbagai tim internal *event*. *Public Relations* harus memastikan bahwa seluruh tim memiliki informasi yang lengkap dan konsisten mengenai jadwal, program acara, dan pesan-pesan penting yang akan disampaikan selama *event*. Koordinasi yang baik akan membantu menghindari kebingungan dan memastikan bahwa seluruh tim bekerja secara sinergis untuk kesuksesan acara.

Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa dalam pelaksanaan sebuah event tentunya PT. Mamex Production selalu berkoordinasi dengan berbagai media dan publikasi yang akan di publikasikan di social media dan media massa selama event berjalan. Seperti dalam pelaksanaan Music Event COLLABONATION TOUR pada tanggal 25 Juli 2023, dimana tim Publikasi dan dokumentasi PT. Mamex Production.

Berdasarkan wawancara menunjukkan bahwa PT. Mamex Production dalam aktivitas manajemen sangat bagus, dikarenakan beberapa faktor seperti komunikasi yang cukup efektif dan terbuka, pengaturan jadwal yang bagus dan bertanggung jawab terhadap problem solving yang terjadi.

Setelah acara selesai, tahap evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi keberhasilan acara dan memperbaiki proses di masa depan. Evaluasi dapat melibatkan pengumpulan umpan balik dari peserta acara, analisis data, dan penilaian terhadap tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan wawancara menunjukkan bahwa PT. Mamex Production setelah melaksanakan kegiatan, mereka melakukan tahap evaluasi dan memperbaiki kedepannya kendala yang dihadapi selama pelaksanaan *event*, serta selalu menjaga tali silaturahmi antara *Freelance*.

Tantangan manajemen *Public Relations* PT. Mamex Production dalam mengelola *event* di Makassar

Setiap pekerjaan tentu mempunyai tantangan tersendiri. Begitu juga dengan pekerjaan di bidang public relation ini. Umumnya, tantangan yang ada di dalam jenis pekerjaan ini menyangkut mengenai bisnis dan perusahaan. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa pemberitaan saat ini berjalan dengan sangat cepat. Oleh sebab itu, seorang public relation juga dituntut untuk dapat berpikir dengan cepat. Seorang *event organizer* juga harus bisa berkomunikasi dengan baik dengan pihak klien agar setiap keinginan dan kebutuhan bisa terpenuhi. Tak jarang juga bagi *event organizer* untuk bekerja sama dengan bisnis lain yang menyediakan layanan seperti fotografi, layanan dekorasi, hingga penyediaan makanan dan minuman. Berkomunikasi dengan klien untuk memahami keinginan, kebutuhan, dan permintaan khusus mereka untuk sebuah acara.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh PT Mamex Production dalam mengelola *event organizer* adalah persaingan yang ketat di industri ini. *event organizer* merupakan industri yang menarik banyak pemain, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil.

Penerapan adalah suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya. Secara sederhana, penerapan strategi merupakan teknik dimana perusahaan atau organisasi mengembangkan, memanfaatkan, dan mengintegrasikan struktur organisasi, budaya, sumber daya, orang dan sistem kontrol untuk mengikuti strategi untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi serta mendapatkan keunggulan.

Berdasarkan wawancara menyatakan bahwa dalam menghadapi persaingan PT. Mamex Production tentunya selalu berinovasi dan menawarkan layanan yang unik dan berkualitas untuk tetap relevan dan menarik minat klien.

Manajemen *Public Relations* PT. Mamex Production harus terus memastikan bahwa mereka dapat memberikan layanan *event organizer* yang berkualitas dan dapat diandalkan. Kualitas dan kredibilitas adalah aspek krusial dalam bisnis *event organizer* karena klien akan mengharapkan hasil yang memuaskan dan sesuai dengan ekspektasi. Jika ada masalah atau ketidaksesuaian dengan yang dijanjikan, reputasi PT. Mamex Production bisa tercoreng.

Berdasarkan wawancara menunjukkan bahwa tantangan yang dihadapi PT. Mamex Production yaitu klien. Para klien terkadang memiliki banyak perubahan ketika mendekati acara atau revisian konsep yang akan digunakan. Hal tersebut berdampak pada perencanaan yang telah dikonsep oleh PT. Mamex Production dan juga terjadi perubahan dalam anggaran. Revisian klien terkadang berbeda-beda, baik dari segi konsep, konten-konten, maupun masalah perizinan.

Manajemen *Public Relations* PT. Mamex Production perlu memastikan bahwa mereka memiliki tim yang terlatih dan berpengalaman dalam mengelola *event organizer*. Berdasarkan wawancara di atas menunjukkan bahwa, PT Mamex Production memastikan tim yang terlatih

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.5 No.3 2024
<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

dan memiliki pengalaman dalam *event organizer*. Kurangnya keterampilan, sumber daya manusia yang terbatas, atau fluktuasi anggota tim dapat mempengaruhi kualitas dan kesuksesan acara. Pelatihan dan pengembangan tim adalah hal penting untuk menghadapi tantangan ini. Menarik klien dan calon peserta acara adalah tantangan lain yang dihadapi PT Mamex Production. pemasaran dan promosi yang efektif diperlukan untuk meningkatkan kehadiran acara dan menarik perhatian calon klien.

Berdasarkan wawancara menunjukkan bahwa dalam hal pemasaran dan promosi, PT. Mamex Production dalam menghadapi tantangan pemasaran dan promosi yaitu dengan mengikuti perkembangan teknologi berbasis digital salah satunya lebih memanfaatkan penggunaan social media untuk memasarkan sebuah produk jasa. Tantangan lain dalam manajemen *Public Relations* PT Mamex Production adalah berkomunikasi secara efektif dengan klien dan memahami kebutuhan serta harapan mereka dengan jelas. Koordinasi yang baik dengan klien akan membantu memastikan bahwa setiap aspek acara sesuai dengan yang diinginkan dan menghindari kesalahpahaman yang dapat merugikan klien dan perusahaan.

Berdasarkan wawancara menunjukkan bahwa, PT. Mamex Production dalam menghadapi tantangan yang ada, mereka selalu siap dan sabar untuk menghadapi pihak berwenang dalam hal perizinan maupun surat rekomendasi kegiatan. untuk mengeluarkan surat izin kegiatan dalam skala kecil maupun besar memiliki aturan dan batasan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menarik kesimpulan yang terkait dengan hasil penelitian, sebagai berikut: Aktivitas Manajemen PT Mamex Production sendiri, saat menjalankan sebuah *event* tentunya setiap divisi akan menjalankan tugasnya masing-masing salah satunya *Public Relations*. Dalam mengelola manajemen, tahap yang dihadapi PT. Mamex Production yaitu: segi perencanaan, koordinasi dengan berbagai pihak yang terkait, koordinasi dengan media massa, memastikan bahwa seluruh aspek komunikasi dan hubungan berbagai pihak terkait berjalan dengan lancar, memastikan bahwa media mendapatkan informasi dan bahan yang dibutuhkan dalam membantu meningkatkan liputan media tentang event, dan mengevaluasi keberhasilan acara dan memperbaiki proses di masa depan. Tantangan yang dihadapi oleh PT Mamex Production dalam mengelola *event organizer* adalah persaingan yang ketat di industri ini, menghadapi permintaan klien yang mendadak, perencanaan dan pengelolaan anggaran yang ketat untuk memastikan setiap elemen acara dapat diakomodasi tanpa melebihi batas biaya yang telah disepakati, memastikan bahwa mereka memiliki tim yang terlatih dan berpengalaman dalam mengelola *event organizer*, menghadapi pihak berwenang dalam hal perizinan maupun surat rekomendasi kegiatan, dan penggunaan teknologi modern untuk meningkatkan pengalaman peserta.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Iqbal Alan. (2009). *Manajemen Konferensi dan Event*. Yogyakarta: Gajah Mada University *Public Relations*.

Ali Hasan. *Marketing*, (Yogyakarta: Media *Public Relations*sesindo, 2008), hal 79.

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.5 No.3 2024

<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi Pertama. Bandung: Simbiosia Rekatama Media
- Ardianto, Soemirat Soleh. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Harrison, Kim. (2011). *Strategic Public Relations: A Public Relations Tactical Guide to Success*. Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Public Relationsinsip-Public Relationship Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson, and Hazel Gaudet. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Public Relationsesidential Campaign*. Pp. xxxiii, 178. New York: Columbia University Public Relationsess.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rosady Ruslan. (2003). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2006). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sulaksana. 2003. *Integrated Marketing Communications - Teks dan Kasus*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- Beatrix, S. (2006). *I Love To Organize; Panduan Public Relationsaktis Mengelola Event*. Jakarta: PT. GramediaPustaka Utama
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja RosdaKarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public. Relations: Strategi Menjadi Humas Public Relationsofesional*. Jakarta: Kencana Public Relationsenada Media Group.
- Noor, Any. (2009). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta
- O' Toole, William dan Phyllis Mikolaitis. 2007.
- Corporate *Event Management*. Jakarta: PPM. Suseno. (2006). *Cara Pintar Jadi Event Organizer*. Yogyakarta: Galang Public Relationsess.