

**ANALISIS KARAKTERISTIK EVENT “BACK TO CAMPUS 2018” KOMPAS
GRAMEDIA**
**ANALYSIS OF THE CHARACTERISTIC EVENT “BACK TO CAMPUS 2018”
KOMPAS GRAMEDIA**

Okky Resty Anzani¹, Dini Salmiyah Fithrah Ali, SS., M.Si²
Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
okkyrestyanzani.15@gmail.com¹, dinidjohan@gmail.com²

Abstrak

Kompas Gramedia menyelenggarakan sebuah *event* yang lebih dikenal dengan “*Back to Campus 2018*”. Acara ini diselenggarakan di 8 Kota dengan 8 Universitas yang berada di lokasi berbeda. Yaitu Universitas Multimedia Nusantara Tangerang, Universitas Airlangga Surabaya, Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Universitas Negeri Makassar, Universitas Negeri Medan, Universitas Negeri Malang, dan Universitas Udayana Bali. *Event* tersebut mengambil tema #BeraniBerinovasi yang bertujuan untuk mendorong mahasiswa untuk mengembangkan dirinya melalui inovasi yang ada pada dalam dirinya. Penelitian ini membahas mengenai Analisis Karakteristik *Event Back to Campus 2018*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Informan dalam penelitian terdiri dari satu orang konseptor, lima orang eksekutor, delapan orang informan pendukung yaitu volunteer dari setiap Universitas dan satu orang yang ahli dalam bidang *event*. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui karakteristik *event* seperti keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana dan pelayanan, serta interaksi personal dari *event Back to Campus 2018*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *event Back to Campus 2018* memiliki karakteristik keunikan yaitu adanya konten lokal yang dibawakan pada Kota tertentu, dikarenakan ada nya kesamaan dalam segi fasilitas dan pembicara yang didatangkan mengakibatkan tidak ada nya *perishability* dalam *event* ini. *Intangibility* atau sesuatu yang dapat diingat dari *event* ini adalah perjalanan karier pembicara yang dapat memberikan inovasi kepada mahasiswa. Suasana yang diciptakan adalah seminar yang menyenangkan dan tidak membosankan serta suasana yang fokus dan serius. Interaksi personal yang terjalin pada *event* tersebut adalah, sesi tanya jawab, bernyanyi bersama, berfoto bersama dan games.

Kata kunci: Karakteristik event, Back to Campus 2018, Kompas Gramedia

Abstract

Kompas Gramedia organizes an *event* better known as "Back to Campus 2018". The *event* was held in 8 cities with 8 universities in different locations. Namely Multimedia Nusantara Tangerang University, Airlangga University, Surabaya, Jenderal Sudirman University Purwokerto, Atma Jaya Yogyakarta University, Makassar State University, Medan State University, Malang State University, and Bali Udayana University. The *event* takes the theme #BeraniBerinovasi which aims to encourage students to develop themselves through innovation as their potential. This study discusses the Analysis of the Characteristics of 2018 Back to Campus Events. The method used in this study is a qualitative descriptive method. The researcher used in-depth interview techniques and documentation studies. The informants in this study consisted of one person drafter, five executors, eight supporting informants namely volunteers

from each University and an expert in the *event* field. The purpose of this study is to find out the characteristics of *events* such as uniqueness, perishability, intangibility, atmosphere and service, and personal interactions of the Back to Campus *event* 2018. The results of this study indicate that the Back to Campus 2018 *event* has a unique characteristic of local content delivered Certain cities since there are similarities in terms of facilities and speakers brought in resulted in no perishability in this *event*. Intangibility or something that can be remembered from this *event* is the speaker career journey that can provide innovation to students. The atmosphere created is a seminar that is fun and not boring as well as a focused and serious atmosphere. the personal interactions that took place at the *event* were question and answer sessions, singing together, taking pictures and interactive games.

Keywords: *Event characteristics, Back to Campus 2018, Kompas Gramedia*

1. Pendahuluan

Di era seperti sekarang ini banyak ditemukan acara-acara yang diselenggarakan oleh suatu pihak atau perusahaan yang diadakan pada waktu dan tujuan tertentu. Kegiatan ini biasa dikenal sebagai *event*. *Event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh berbagai macam pihak tertentu dengan tujuan untuk memberikan pengalaman kepada setiap pengunjung yang hadir. Pengalaman tersebut harus mampu memberikan kesan yang positif dan mendalam serta mampu di simpan dalam memori pengunjung dengan jangka waktu yang lama. Sehingga, *event* yang disajikan harus memiliki keunikan, mampu menarik penonton, bermanfaat, serta memiliki kolerasi dengan penonton itu sendiri.

Kompas Gramedia pun mempunyai strategi pemasaran tersendiri agar konsumennya tidak berpaling kepada kompetitor. Strategi yang sudah dijalankan tidak hanya melalui iklan *offline*, poster, tetapi melalui media online yang berbasis media sosial dan juga melalui setiap *event* yang diselenggarakan. Contohnya seperti menyelenggarakan *event Back to Campus 2018* seperti ini.

Event Back to Campus 2018 diadakan seperti sebuah seminar dan kuliah umum yang dihadirkan dengan pembicara yang telah melakukan inovasi terhadap dirinya dan tentunya pembicara yang terkenal di kalangan remaja khususnya mahasiswa. Tujuan diselenggarakan nya *event Back to Campus* ini adalah untuk memperkenalkan Kompas Gramedia kepada generasi muda yang sudah pasti membutuhkan media informasi yang terpercaya, lebih memperkuat *positioning* dari Kompas Gramedia, mengedukasi bagaimana cara pembicara dapat menjadi sukses seperti sekarang ini. *Event* ini mendorong mahasiswa untuk berani berinovasi sesuai tema yang diambil pada tahun 2018 ini.

Acara *Back to Campus* ini diselenggarakan di 8 kota besar di Indonesia dengan 8 Universitas yang berbeda. Yaitu Universitas Multimedia Nusantara Tangerang, Universitas Airlangga Surabaya, Universitas Jendral Soedirman Purwokerto, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Universitas Negeri Makassar, Universitas Negeri Medan, Universitas Negeri Malang, dan Universitas Udayana Bali. Acara ini dimulai dari tanggal 5 September – 11 Oktober 2018.

Setiap tahunnya *Back to Campus* mengambil tema yang berbeda-beda. Pada tahun 2016 mengenai menghadapi *mental block* yang sering dihadapi oleh mahasiswa, tahun 2017 mengambil tema *PassionAku* tentang mahasiswa menjalankan *passion* nya tanpa meninggalkan kuliah dalam arti pendidikan dan *passion* berjalan dengan seimbang. Setelah berhasil dalam menjalankan *passion* nya, mahasiswa harus berani untuk

berinovasi sehingga karya nya dapat bermanfaat untuk orang lain. Maka dari itu tema yang diambil pada acara *Back to Campus* tahun ini adalah #BeraniBerinovasi dengan menggandeng Ritter Sport sebagai brand cokelat di Indonesia yang memiliki segmen konsumen di kalangan remaja dan mahasiswa. Gramedia dan Ritter Sport memiliki misi yang sama dalam berbagi dan memberikan inspirasi pemuda Indonesia untuk berani menerapkan inovasi yang mereka miliki agar mampu bersaing di era millennial.

Tidak hanya bertujuan untuk mengajak para mahasiswa untuk berani melakukan inovasi namun, mahasiswa yang hadir dalam acara tersebut juga turut dalam kegiatan amal untuk membantu merenovasi perpustakaan di SDN Bayung Gede Bali. Selain diadakan nya kegiatan sosial atau *charity* panitia juga menyediakan berbagai kegiatan outdoor dari Ritter Sport, Gramedia Kids dan Teeny Teensy yang bertujuan untuk membangun aktifitas dan kreatifitas mahasiswa dalam menuangkan ide-ide yang inovatif. Kegiatan outdoor yang dilaksanakan adalah *t-shirt painting*, *games puzzle*, ular tangga dan permainan lain yang antusias diikuti oleh mahasiswa. Didalam penelitian ini fokus peneliti adalah meneliti bagaimana analisis karakteristik *event Back to Campus 2018 Kompas Gramedia*. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti ingin membahas lebih lanjut sebuah penelitian yang berjudul “Analisis Karakteristik Event Back to Campus 2018 Kompas Gramedia”

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Komunikasi Pemasaran

Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan dari berbagai pemikiran individu, atau antar individu dengan organisasi. Sedangkan pemasaran adalah percampuran dari semua kegiatan perusahaan dan organisasi lainnya dalam melakukan pertukaran nilai-nilai dengan pelanggan. Maka dari itu, apabila komunikasi dan pemasaran digabungkan, komunikasi pemasaran yaitu menggambarkan semua yang ada di dalam bauran pemasaran atau *marketing mix* yang menjadi fasilitas apabila melakukan pertukaran dan membuat suatu makna yang akan di dibagikan kepada pelanggan ataupun klien nya. (Terence A. Shimp, 2010) dalam (Priansa 2017:95)

2.2 Integrated Marketing Communication (IMC)

Menurut four As (the American Association of Advertising Agency), IMC adalah konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang mengakui nilai tambah rencana komprehensif yang mengkaji peran strategis masing-masing bentuk komunikasi. Misalnya iklan, direct response, promosi penjualan, dan humas – dan memadukannya untuk meraih kejelasan, konsistensi, dan dampak komunikasi maksimal melalui pengintegrasian pesan dalam (Sulaksana; 2003:30)

2.3 Event

Event adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting dari sepanjang hidup manusia baik secara individu ataupun kelompok yang terikat antar adat, budaya, tradisi dan agama. *Event* diselenggarakan untuk keperluan atau tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat untuk ikut didalamnya dan diadakan pada waktu yang telah ditentukan. (Noor 2013:8)

2.4 Tujuan Event

Tujuan dari diselenggarakannya *event* adalah untuk merancang kemasan produk, gengsi, trendi, sehingga akan membuat daya ingat yang lebih kuat (*awareness*) di benak masyarakat atau konsumen yang menjadi target pasarnya. (Ruslan 2007:142)

2.5 Karakteristik Event

Setiap *event* yang akan diselenggarakan harus mempunyai ciri tersendiri agar menjadi pembeda pada *event* yang lainnya. Menurut Noor (2013:14-17) ciri tersebut termasuk kedalam karakteristik *event* yaitu:

1. Keunikan

Keunikan dalam *event* berarti bagaimana cara seorang *event organizer* mampu mengembangkan ide yang di punyai menjadi terealisasi sesuai dengan harapannya. Keunikan merupakan kunci utama dari suksesnya sebuah *event*, karena setiap *event* yang diselenggarakan harus berbeda dari *event* yang sejenis atau *event* yang lainnya.

2. Perishability

Setiap *event* yang telah diselenggarakan tidak akan pernah sama, meskipun waktu dan tempat diadakan pada saat yang bersamaan, pastinya tidak akan menghasilkan sebuah *event* yang sama. *Perishability* berhubungan dengan penggunaan fasilitas untuk penyelenggaraan *event*.

3. Intangibility

Setelah audiens menghadiri *event*, mereka akan mendapatkan pengalaman yang tertinggal di benak pengunjung tersebut dari penyelenggaraan *event*. Sehingga hal ini menjadi tantangan bagi penyelenggara untuk memperhatikan dan merubah bentuk pelayanan *intangibility* menjadi sesuatu yang telah terwujud. Jadi, apapun yang telah di tanam oleh penyelenggara dalam *event* mampu mengubah persepsi setiap pengunjung yang telah datang.

4. Suasana dan Pelayanan

Suasana memegang kunci penting dari suksesnya sebuah *event* pada saat *event* itu berlangsung. *Event* yang diselenggarakan dengan suasana yang tepat, maka akan menghasilkan *event* yang sukses dan besar, tetapi sebaliknya kegagalan *event* dihasilkan karena suasana yang didapatkan pengunjung tidak tepat.

5. Interaksi Personal

Interaksi personal dari pengunjung merupakan kunci sukses penyelenggaraan sebuah *event*. Misalnya pada sebuah *event* musik, yang meminta pengunjung untuk bernyanyi bersama atau menyalakan lampu dari *handphone* bersama-sama. Hal tersebut merupakan contoh kecil dari interaksi personal dimana adanya kontribusi dari pengunjung yang datang.

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena kajian paradigma konstruktivisme ini menempatkan posisi peneliti setara dan sebisa mungkin masuk dengan subjeknya, dan berusaha memahami dan mengkonstruksikan sesuatu yang menjadi pemahaman subjek yang akan diteliti. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam hal ini peneliti menggunakan pendekatan observasi yang berarti peneliti harus bertemu langsung secara tatap muka

dengan narasumber yang terkait agar mendapatkan data yang valid. Pengumpulan data yang diperoleh dari penelitian ini merupakan wawancara terarah dan juga studi dokumentasi. Hasil dari wawancara terarah yang didapat oleh peneliti akan dijadikan sebagai data primer yang didukung oleh hasil dari studi dokumen yang dilakukan oleh peneliti. Teknik keabsahan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode triangulasi sumber dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan ahli atau praktisi dalam bidang *event*.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Keunikan

Event “Back to Campus 2018” hanya memiliki beberapa keunikan seperti contoh nya adalah event ini merupakan event yang bersifat continue dan serial dimana tema yang dibawakan pada tahun sebelumnya berkesinambungan dengan tahun lalu yaitu 2017. Kompas Gramedia juga selalu berusaha dalam setiap kota yang diselenggarakan oleh event “Back to Campus 2018” selalu mempunyai konten lokal yang akan di persembahkan baik itu dari civitas kampus atau dari pembicara nya itu sendiri. Sangat disayangkan, di dalam event ini belum ada sesuatu ciri khas yang menonjol dan dapat menandakan ciri yang berbeda dari event “Back to Campus 2018”. Tidak hanya itu saja, Kompas Gramedia juga belum konsisten dalam memberikan konten lokal dari setiap Kota yang diselenggarakan. Bukti nya, masih ada Kota seperti Purwokerto, Malang dan Surabaya yang tidak menampilkan sama sekali konten lokal atau ke-khasan budaya dari daerah masing-masing.

4.2 Perishability

Sesuai dengan teori Noor (2009:13-14) menjelaskan tentang setiap event yang diselenggarakan tidak akan pernah sama. Apabila event yang diselenggarakan memiliki keunikan yang khas, tentu nya event tersebut tidak dapat diulangi lagi sama persis dengan event yang sebelumnya. Dua event yang sama diselenggarakan pada waktu dan tempat yang sama pasti nya tidak akan menghasilkan event yang persis sama. Perishability juga berhubungan dengan fasilitas untuk penyelenggara event.

Berbeda dengan event “Back to Campus 2018” ini, Kompas Gramedia menyamaratakan seluruh fasilitas yang mereka sediakan untuk setiap Kampus yang akan didatangi. Perbedaan yang terlihat hanya dari segi penyesuaian lokasi atau Kampus nya saja. Kompas Gramedia belum sepenuhnya memaksimalkan karakteristik perishability dalam event “Back to Campus 2018”.

4.3 Intangibility

Peneliti telah mendapatkan semua jawaban mengenai pengalaman menarik yang didapatkan oleh volunteer selama menghadiri event tersebut. Yang pertama adalah pengalaman yang ditingkahi oleh Adit, ia adalah salah satu volunteer yang berasal dari Universitas Udayana Bali. Menurut nya, pengalaman yang ia dapatkan dari datang nya ke acara ini adalah dapat bertemu dengan pemateri yang hebat dengan ilmu dan bidang yang mereka punya dan mendapatkan motivasi dan menyaksikan live performance pada saat itu adalah Kunto Aji tanpa membayar sepeser pun. Hal ini dikarenakan Kompas Gramedia membuka acara seminar ini terbuka untuk teman-teman mahasiswa dan tanpa dipungut biaya. Tanggapan Adit pun di setujui

oleh Esra, seorang mahasiswi yang juga merupakan volunteer dari acara “Back to Campus 2018” Universitas Negeri Medan yang telah mendapatkan pengalaman seru dari event tersebut karena bertemu dengan penulis terkenal seperti Marcella FP dan dapat belajar banyak dari diri nya terutama kiat-kiat dalam memulai menulis. Tidak hanya mendapat pengalaman bertemu langsung dengan pembicara saja, ternyata ada beberapa volunteer yang mengungkapkan turut senang karena telah mendapat kesempatan bekerja sama dengan Kompas Gramedia dalam event “Back to Campus 2018”. Seperti yang dinyatakan oleh Elrika dari Univeraitas Atma Jaya Yogyakarta dan Muhammad Aldi dari Universitas Negeri Malang. Elrika mengatakan bahwa badan swasta yang bergerak di bidang literasi ternyata memiliki keunikan tersendiri dalam merancang konsep kegiatan acara seminar yang menarik dan tidak membosankan. Muhammad Aldi pun menabahkan mendapatkan pengalaman yang asik dapat menghadiri dan berpartisipasi dengan Kompas Gramedia. Selain itu, Kompas Gramedia juga menyediakan beberapa games outdoor yang dapat dinikmati oleh pengunjung yang datang. Wianda, salah satu volunteer dari Universitas Negeri Makassar juga turut merasakan pengalaman seru seminar sambil menikmati games yang telah dibuat oleh penyelenggara. Games outdoor nya adalah antara lain *t-shirt painting*, *games puzzle* dan ular tangga. Di samping itu, Kompas Gramedia juga menyelenggarakan kegiatan amal yang dapat diikuti oleh pengunjung dengan cara yang mudah, yaitu mengunggah foto mereka ke Instagram menggunakan pin yang mereka dapatkan ketika melakukan pendaftaran. Hal tersebut ternyata menjadi pengalaman tersendiri bagi Hastomo dan Elvira yang berasal dari Universitas Airlangga dan Universitas Multimedia Nusantara. Menurut nya, berdonasi dapat dijadikan pengalaman yang menyenangkan. Karena cara nya yang mudah dan sebenarnya tidak memerlukan uang hanya berpartisipasi saja dalam mengunggah foto sudah bisa membantu dalam kegiatan amal untuk pembangunan renovasi Sekolah Dasar yang berada di Bali. Berbeda dengan Chulky salah satu volunteer dari Universitas Jenderal Soedirman, Ia beranggapan bahwa rangkaian acara dan konsep yang dibuat belum ada yang berbeda dari event seminar lain nya. Namun setidaknya, Ia terhibur dengan games yang membuat acara menjadi tida membosankan.

4.4 Suasana dan Pelayanan

Menurut pihak penyelenggara melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti, pada event “Back to Campus 2018” suasana yang dibangun adalah suasana yang fun, energik, dan harus menarik. Suasana antusias yang terhambakan pada saat pembicara memaparkan materi presentasi dan peserta melakukan tanya jawab. Selain itu tidak hanya presentasi saja namun diselingi oleh beberapa hiburan atau live performance yang dibawakan oleh pengisi acara. Pelayanan yang diberikan selain menghadirkan pembicara hebat namun juga memberikan pelayanan kepada mahasiwa yang datang seperti pengetahuan kepada mahasiswa cara untuk berani melakukan inovasi terhadap diri nya sendiri dan juga pelayanan seperti games, tempat untuk berfoto serta hadiah-hadiah yang menarik.

4.5 Interaksi Personal

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, banyak kegiatan interaktif yang terjadi pada saat event “Back to Campus 2018” serta melibatkan peserta untuk ikut kedalam nya. Diantaranya adalah melalui sesi tanya jawab dimana mahasiswa dapat bertanya langsung dengan narasumber atau

pembicara di event itu, lalu ada games outdoor yang dapat diikuti oleh semua peserta dan mahasiswa juga diminta untuk kesediannya agar mengunggah foto menggunakan pin yang diberikan oleh panitia sebagai bentuk donasi yang dibuat oleh pihak penyelenggara. Setelah itu ada nya hiburan yang dapat menciptakan interaksi tersendiri melalui hiburan musik dan tarian yang dibawakan oleh mahasiswa.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang sudah dijalankan peneliti dapat menarik kesimpulan dari karakteristik *event* yang ada di dalam *event* "Back to Campus 2018".

1. Keunikan

Keunikan menjadi ciri khas sendiri bagi Kompas Gramedia yang selalu konsisten dalam membangun karakter anak muda terutama mahasiswa. Selain itu, *event* "Back to Campus 2018" ini merupakan satu-satunya *event* yang dilaksanakan pada perusahaan di bidang percetakan dalam rangka menyambut tahun ajaran baru pada tingkat Universitas. Namun, untuk ciri khas yang identik dengan event tersebut belum ada.

2. Perishability

Pada *event* "Back to Campus 2018" Kompas Gramedia menyamaratakan seluruh fasilitas nya untuk setiap kampus yang telah terpilih untuk diselenggarakan acara ini. Kompas Gramedia hanya perlu menyesuaikan dengan peraturan dan kesediaan fasilitas kampus. Namun, dari segi pembicara pihak penyelenggara berusaha memanfaatkan semaksimal mungkin agar sesuai dengan target audiens dan terlihat ada beberapa pembicara yang sama datang ke Kota yang berbeda. Maka dari itu, karakteristik *perishability* pada *event* "Back to Campus 2018" ini tidak begitu dapat dirasakan.

3. Intangibility

Informan pendukung mengatakan bahwa dengan mengikuti *event* "Back to Campus 2018" dapat mengetahui perjalanan karier dari pembicara dan juga bisa mendapatkan inovasi yang dilihat dari sisi pembicara.

4. Suasana dan Pelayanan

Suasana yang tergambar pada saat pembicara sedang memberikan materi, teman-teman mahasiswa fokus memperhatikan diselingi dengan pertanyaan yang mereka berikan untuk pembicara. Pelayanan yang diberikan lebih kepada hiburan yang disediakan seperti dari pembicara yang juga adalah seorang musisi, mereka ikut tampil membawakan lagu. Serta pelayanan tambahan seperti tempat untuk photobooth juga telah disediakan oleh Kompas Gramedia. Di samping itu, pihak penyelenggara juga menyediakan hadiah ataupun *doorprize* untuk dibagikan ke mahasiswa yang berhasil memenangkan *games* yang telah disediakan.

5. Interaksi Personal

Event ini merupakan *event* yang interaktif, dimana selalu mengajak pengunjung yang datang untuk turut berpartisipasi dan kontribusi. diantaranya adalah teman-teman mahasiswa diminta untuk turut serta dalam kegiatan amal yang diselenggarakan pada acara ini. Tidak hanya itu saja, *games outdoor* yang disediakan pun turut membangun interaksi yang terjalin baik dari panitia ataupun sesama pengunjung atau mahasiswa. Selain itu, adanya sesi tanya jawab yang dapat diajukan langsung kepada pembicara menimbulkan interaksi tersendiri dengan pembicara. hiburan musik yang juga dapat menciptakan interaksi seluruh peserta yang datang dengan bernyanyi bersama.

5.2 Saran

Berikut ini adalah saran yang diberikan oleh peneliti terkait dengan penelitian yang telah dijalankan adalah:

5.2.1 Saran Akademis

Saran bagi akademis adalah hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan juga dapat menambah penelitian ilmu komunikasi khususnya di bidang komunikasi pemasaran sebagai tools dalam bidang acara dan pengalaman.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti menyarankan bahwa masih kurang menonjol dari sisi karakteristik keunikan. Masih belum ditemukan ciri khas tertentu yang menguatkan bahwa hal tersebut adalah *event* “Back to Campus 2018”. Selanjutnya adalah dalam perishability, Kompas Gramedia menyamaratakan seluruh fasilitas dan kurang memaksimalkan dalam memanfaatkan suatu ruang atau fasilitas. penelitian ini diharapkan agar Kompas Gramedia terutama bagian divisi Marketing Communication agar menjadikan penelitian ini menjadi bahan evaluasi untuk menjalankan sebuah *event*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu gagasan dan suatu masukan untuk perusahaan dalam membuat suatu perencanaan pemasaran di bidang *event* serta sebagai bahan masukan untuk *event* “Back to Campus 2018” di tahun selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Any Noor. 2013. Manajemen Event. Bandung : Alfabeta

Ruslan, Rosady. 2007. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sulaksana, Uyung. 2003. Integrated Marketing Communications. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.

Donni Juni Priansa. 2017. Perencanaan dan Pengembangan SDM. Penerbit: Alfabeta Bandung.