DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN i

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii

HALAMAN MOTTO ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN PERSEMBAHAN iv

HALAMAN PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR TABEL xii

ABSTRAK xiii

***ABSTRACT* ..... xiii**

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 10
1.4.1 Manfaat Teoritis 10
1.4.2 Manfaat Praktis 11
1.5. Kerangka Teoritis dan Konseptual 12
1.5.1 Teori *Reputation Management* 12
1.5.2 Konsep Customer Experience dalam Perspektif Teori Paradoks (*Paradox Theory*) 15
1.5.3 Konsep PR *Hospitality Management* 17

1.5.4 Kerangka Pemikiran Penelitian 18
1.5.5 Alur Berpikir Penelitian..... 20
BAB II 2

TINJAUAN PUSTAKA.....2

2.1 *Public Relations* 2
2.2 Reputasi Organisasi..... 22
2.3 *Public Relations Hospitality* dalam *Event Organizer* 22
2.4 Strategi Komunikasi dalam Manajemen *Event* 24
2.5 Hubungan *Hospitality* dan Reputasi Organisasi 24
2.6 Perkembangan Konser Musik di Indonesia dan Yogyakarta 26
2.7 Penelitian Terdahulu 27
BAB III.....37

METODE PENELITIAN.....37

3.1 Jenis Penelitian..... 37
3.2 Subjek dan Objek Penelitian 35
3.3 Sumber Data..... 36
3.3.1 Data Primer..... 36
3.3.2 Data Sekunder..... 37
3.4 Teknik Pengumpulan Data..... 40
3.4.1 Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*) 40
3.4.2 Observasi 41
3.4.3 Dokumentasi 43
3.5 Teknik Analisis Data..... 44
3.6 Uji Keabsahan Data..... 47
BAB IV 35

HASIL DAN PEMBAHASAN 35

4.1 Gambaran Objek Umum Penelitian 35
4.1.1 Profil PT Syakira Ghyna Rajawali Indonesia Communication 35
4.1.2 Struktur PT Syakira Ghyna Rajawali Indonesia Communication 51
4.1.3 Sejarah PT Syakira Ghyna Rajawali Indonesia Communication 53
4.1.4 Gambaran Spasial *Venue* Prambanan Jazz Festival 2025..... 58
4.2 Hasil Penelitian 60

4.2.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian 60
4.2.2 Strategi dan Mekanisme Komunikasi dan Relasi Tim PR *Hospitality Management* kepada Publik 61
4.2.3 Koordinasi Lintas Divisi sebagai Fondasi Komunikasi Internal 61
4.2.4 Bentuk Komunikasi dan Mekanisme Interaksi dengan Segmen Publik yang Beragam 63
4.2.5 Pendekatan Relasional: Empati, Responsivitas, dan Pelayanan Berbasis Inisiatif 65
4.3 Pembentukan Pengalaman *Hospitality* Pengunjung Prambanan Jazz Festival 2025 melalui Empat Paradoks 66
4.3.1 Respons Kognitif (Paradoks *Memorability:Structured* ↔ *Unstructured*): Penilaian atas Kejelasan Informasi dan Kualitas Layanan 67
4.3.2 Respons Afektif (Benang Emosional Lintas-Paradoks): 68
4.3.3 Respons Sensorik (Paradoks Autentisitas: Authentic ↔ Fantastical): Suasana, Tata Panggung, dan Atmosfer Heritage 69
4.3.4 Respons Fisik (Paradoks *Service: Bubbled* ↔ *Exposed*): 70
4.3.5 Respons Sosial (Paradoks *Place Branding: Branded* ↔ *Ecological*): Interaksi Komunal dan Amplifikasi Digital 72
4.3.6 Sifat Pengalaman yang *Non-linear*: Pembentukan Masa Lalu, *Peak Experience*, dan Fluktuasi Layanan 73
4.4 Kontribusi Pengalaman *Hospitality* terhadap Reputasi Rajawali Indonesia 75
4.4.1 Persepsi Pengunjung terhadap Profesionalisme dan Reputasi Rajawali Indonesia 75
4.4.2 Persepsi Artis, Sponsor, dan Tamu *VIP*: Reputasi dalam Dimensi B2B 76
4.4.3 Loyalitas sebagai Pedoman Reputasi yang Krusial 77
4.4.4 *Word of Mouth* Digital sebagai Amplifikasi Organik Reputasi 78
4.5 Pembahasan 78
4.5.1 Strategi dan Mekanisme Komunikasi dan Relasi Tim PR *Hospitality Management*: Sistem Hibrid antara Prosedur, Inisiatif, dan Risiko Sistemik 79
4.5.2 Pengalaman *Hospitality* di Prambanan Jazz Festival 2025: Lima Dimensi dalam Dinamika *Non-linear* yang Kompleks 83
4.5.3 *Hospitality* sebagai *Intangible Asset*: Pembentukan Reputasi Rajawali Indonesia dari Interaksi 85
BAB V 86
PENUTUP 86

5.1 Kesimpulan 86
5.2 Saran..... 88
5.2.1 Saran untuk Rajawali Indonesia 88
5.2.2 Saran untuk Tim PR dan *Hospitality Event* 88
5.2.3 Saran untuk Peneliti Selanjutnya 89
DAFTAR PUSTAKA 91

LAMPIRAN.....93

Lampiran 1: Profil Narasumber 93
Lampiran 2: Transkrip Pertanyaan dan Jawaban Wawancara Mendalam 94
A. INFORMAN PR *Hospitality* RAJAWALI INDONESIA (Gentur Handoko) 94
B. HASIL FINAL *INTERVIEW* KOORDINATOR *VOLUNTEER* (RAJIB) 98
C. HASIL FINAL *INTERVIEW VOLUNTEER HOSPITALITY* (GILANG)101
D. HASIL FINAL *INTERVIEW VOLUNTEER LIAISON OFFICER* (BILA) 104
E. HASIL FINAL *INTERVIEW* PENONTON/PENGUNJUNG PJF 2025 (ARYA) 106
F. HASIL FINAL *INTERVIEW* PENONTON/PENGUNJUNG PJF 2025 (Advenda) 110
Lampiran 3: Dokumentasi dengan Narasumber..... 114