

ABSTRAK

Nama / NIM	: Frizkilla Shiti Wardhani (2010-52-019)
Judul	: Kegiatan yang dilakukan PR <i>Marketing Communication</i> PT. RCTI pada ajang Miss Indonesia 2013
Judul Halaman	: 109 ; 7 tabel ; 7 gambar
Kata Kunci	: Miss Indonesia 2013, <i>Marketing Communication</i> (marcom), RCTI
Daftar Pustaka	: 25 Judul 1981 - 2013

Karya tulis ini ditujukan sebagai hasil penelitian tugas akhir penulis untuk mengetahui kegiatan komunikasi Miss Indonesia yang dilakukan divisi marcom RCTI. Penelitian ini dilakukan dari tanggal 11 Oktober 2012 sampai dengan 28 Februari 2013.

Penulis menggunakan desain penelitian studi kasus tipe II, yaitu kasusnya tunggal dengan multi unit analisis. Kasusnya adalah kegiatan komunikasi Miss Indonesia, dengan unit analisisnya manager, head, tim, dan finalis Miss Indonesia. Sebagai instrumen pengumpulan data penulis menggunakan wawancara mendalam dengan Manager Marcom RCTI, Head Office Marcom RCTI dan Tim Miss Indonesia 2013 serta Finalis Miss Indonesia 2013, kemudian dengan observasi langsung dan juga dokumen yang penulis dapatkan selama melakukan penelitian berlangsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesuksesan ajang Miss Indonesia 2013 memiliki beberapa unsur yaitu bagaimana promosi yang dilakukan marcom RCTI dalam menyebarkan informasi, lalu bagaimana proses audisi yang harus dilewati peserta agar dapat menjadi Miss Indonesia, selain itu kriteria yang harus dimiliki finalis dan prosedur pemilihan finalis hingga sampai penobatan Miss Indonesia 2013