

**PENGLOLAAN AJANG PENGHARGAAN PERIKLANAN
DAN PERANNYA DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI
PERIKLANAN YOGYAKARTA**

(STUDI KASUS PINASTHIKA AWARD 2010 - 2011)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.I.Kom)**

oleh

ALOYSIUS PUNGKAS RIANDIKA

04 09 02485 / kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN

**Pengelolaan Ajang Penghargaan Periklanan
Dan Perannya Dalam Pengembangan Industri Periklanan Yogyakarta
(Studi Kasus Pinasthika Award 2010 – 2011)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai

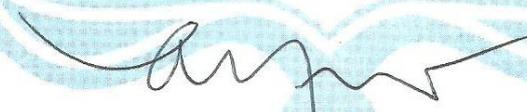
Gelar S.I.Kom Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh:

ALOYSIUS PUNGKAS RIANDIKA

No. Mhs : 04 09 02485 / Kom

disetujui oleh:



Drs. Ign. Agus Putranto M.Si

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengelolaan Ajang Penghargaan Periklanan Dan Perannya
Dalam Pengembangan Industri Periklanan Yogyakarta (Studi Kasus Pinasthika
Award 2010 – 2011)

Penyusun : Aloysius Pungkas Riandika

NIM : 04 09 02485

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada

Hari / Tanggal : Rabu / 24 Oktober 2012

Pukul : 16.00 WIB

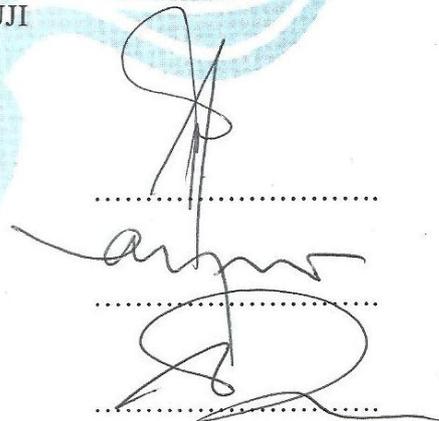
Tempat : Ruang Ujian Fisip UAJY

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.
Penguji Utama

Drs. Ign. Agus Putranto M.Si
Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, MA
Penguji II



Handwritten signatures of the examiners, corresponding to the names listed on the left. The signatures are written in black ink and are positioned above dotted lines.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Aloysius Pungkas Riandika

Nomer Mahasiswa : 040902485

Program Studi : Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Ajang Penghargaan Periklanan Dan Perannya Dalam Pengembangan Industri Periklanan Yogyakarta (Studi Kasus Pinasthika Award 2010 - 2011)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material ataupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi mengakkan integritas akademik di institusi ini.



ALOYSIUS PUNGKAS RIANDIKA
No. Mhs : 040902485 / KOM

**Pengelolaan Ajang Penghargaan Periklanan Dan Perannya Dalam
Pengembangan Industri Periklanan Yogyakarta (Studi Kasus Pinasthika
Award 2010 – 2011)**

ABSTRAK

Pinasthika Festival Iklan adalah ajang penghargaan periklanan yang rutin diselenggarakan oleh Persatuan Perusahaan Periklanan Daerah Istimewa Yogyakarta dan Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat. Alasan diselenggarakannya kegiatan ini adalah untuk mengembangkan potensi kreatif periklanan lokal dan membangun kerjasama yang kondusif antar industry lokal dan nasional.

Industri kreatif memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia, dapat menciptakan iklim bisnis yang positif, dapat memperkuat citra dan identitas bangsa Indonesia, mendukung pemanfaatan sumber daya yang terbarukan, merupakan pusat penciptaan inovasi dan pembentukan kreativitas, dan memiliki dampak sosial yang positif.

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk melihat proses pengelolaan Pinasthika dan perannya dalam pembangunan industri periklanan Yogyakarta melalui data-data yang telah didapatkan baik dari wawancara, observasi, maupun studi pustaka dikumpulkan dan dikelompokkan lalu diinterpretasikan. Sehingga dapat diketahui dampaknya sebagai ajang yang bermanfaat membangun industri periklanan lokal.

Pada akhirnya, peran Pinasthika dinilai efektif sebagai katalisator yang mendukung perkembangan industri periklanan lokal pada khususnya. Dalam proses pengelolaannya pun memberikan dampak positif yang mencakup aspek bisnis, kreatif, akademis, media, hingga pemerintah.

Kata Kunci : Industri kreatif, industri periklanan lokal, Pinasthika, peran

HALAMAN PERSEMBAHAN

**“Focus on the journey, not the destination.
Joy is found not in finishing an activity but in doing it.”**

Greg Anderson



Tugas Akhir Skripsi ini Penulis persembahkan kepada:
Papa, Mama, Kakak, Sahabat, Kekasih, dan Para Pencipta Konten Internet

KATA PENGANTAR

Sepertinya yang akan mengucapkan kata “Akhirnya!” bukan aku saja. Selama beberapa bulan penulis telah melakukan penelitian dalam rangka menyusun tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengelolaan Ajang Penghargaan Periklanan Dan Perannya Dalam Pengembangan Industri Periklanan Yogyakarta (Studi Kasus Pinasthika Award 2010 – 2011)”, guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis banyak sekali mendapat dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan bangga penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Yesus Kristus yang selalu menyertai dan membawa banyak keselamatan untukku.
2. Kedua orang tuaku yang tak pernah kehabisan tenaga untuk mengingatkan dan mendukung semua aktivitasku. Kesabaran yang luar biasa, pemakluman yang tak terbatas, pengertian yang tak ada duanya.
3. Kakakku yang selalu mendukung dan kompak menghadapi yang sulit dihadapi.
4. Hesty Damayanti yang masakkin mie orak arik semrawut & nasi goreng hedon...aku sukak “this is shit”
5. Om dan Tante dari keluarga besar Soebardi Clan yang menempaku lewat cerita dan nostalgia di milis dan Whatsapp group.
6. Para sahabat Nobi Susilo, Lyo, Melly5000, Yoza, Riri, Karin, Berto, Utie, Andi Spa, Cicil, Didit, Bayu, Elza, Desy.
7. Bohlam Advertising yang membantuku bertumbuh dan mendapat pengakuan
8. Para dosen Pak Agus Putranto yang mengisi 80% perbendaharaan ilmu periklanan di otakku, sisanya dari kebanyakan nonton tivi dan browsing internet. Bu Anita yang menempa dengan details dan mekanisme berpikir yang baik, di minggu-minggu terakhir ini terselesaikan saya malah bikin kaul.
9. Seluruh kru dan aktivis Pinasthika Festival Iklan yang telah memberikan

lebih dari cukup untuk seorang mahasiswa ingusan yang mau disuruh-suruh cuma-cuma.

10. Mas Rifqi Fauzi mulai dari Ketua, Bos agency, partner bisnis, sampai sahabat nggosip memang tak pernah lepas dari semua kesuksesan ini.
11. Ayah Djito Kasilo yang menampung hidupku selama di ibukota bahkan lebih dari sekedar penampungan, Ayah memberi pegangan hidup.
12. Para praktisi periklanan Ridwan Handoyo, Arief Budiman, Eddy Purdjanto, Eri Kuncoro, Ricky Pesik, Affi Khresna, Taufik Ridwan, Harris Thajeb, Dymas, Yazied Syafaat, Mbak Ari dan Mas Uun.
13. Para agency lokal tempatku belajar, Srengenge, Petakumpet, Mara, Exist, Dini, Bromica dan seluruh agency lokal di Yogyakarta.
14. Keluarga besar Marinyanyi.com Citra, Petra, Andin, Natal, Jul, Fenfen. Mari kita terbitkan Penthouse yang sebenarnya yah, yang tidak samasepertikemarin.
15. Keluarga besar Twitalk ada Panca, Tessi, Sherlomes, dan Herlina. Sungguh menyita waktu yah kawan :p
16. Banyak pihak yang berjasa melewati 8 tahun belakangan ini.
17. Juga untuk semua sahabat dan teman yang kukenal dan yang tak sengaja membaca halaman kata pengantar ini, mungkin kamu protes karena lupa kusebutkan ..maafkan.

Bila Anda puas silahkan sampaikan pada teman Anda,

Bila Anda kecewa sampaikan pada saya.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Pernyataan.....	iv
Abstraksi.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel dan Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	15
E. Kerangka Teori.....	15
F. Kerangka Konsep.....	28
G. Definisi Operasional.....	34
H. Metodologi Penelitian.....	36
1. Jenis Dan Teknik Penelitian.....	36
2. Obyek Penelitian.....	37
3. Pengumpulan Data.....	37
4. Analisa Data.....	40
BAB 2 DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	
A. Profil Pinasthika.....	45
B. Produk Dan Logo Pinasthika Award.....	45
C. Struktur Organisasi Pinasthika Award.....	48
BAB 3 PEMBAHASAN	
A. Temuan Data.....	64
1. Planning.....	66
2. Organizing.....	72
3. Actuating.....	74
4. Controlling.....	76
B. Analisa Data.....	88
1. Pra dan Pasca Pinasthika.....	75
2. Peranan Pinasthika.....	77
a. Biro Iklan.....	77
b. Bisnis.....	77
c. Kreatif.....	80
d. Akademis.....	83
e. Pemerintah.....	85

BAB 4 PENUTUP

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	95
Daftar Pustaka.....	96
Lampiran.....	97



Daftar Tabel Dan Gambar

Hal 2	Tabel 1. Belanja Iklan Dunia 2011-2014
Hal 4	Tabel 2. Perbandingan Kontribusi PDB Sektor Industri Nasional 2002-2008 (miliar Rp)
Hal 4	Tabel 3. Profil Statistik Ekonomi Industri Kreatif Indonesia
Hal 5	Gambar 1. Rata-rata Nilai dan % Kontribusi NTB Sektoral Berdasarkan Harga Berlaku Tahun 2002-2008
Hal 5	Gambar 2. Kontribusi PDB Subsektor Industri Kreatif Tahun 2006. Berdasarkan Harga konstan tahun 2000
Hal 8	Tabel 4. Tabel Tahun Indonesia Kreatif 2009. Sumber: Studi Industri Kreatif Indonesia 2009 Oleh Kementerian Perdagangan RI
Hal 12	Gambar 3. Artikel Industri Kreatif Di Media Daerah. Sumber: Studi Industri Kreatif Indonesia 2009 Oleh Kementerian Perdagangan RI
Hal 13	Gambar 4. Jumlah Laman Mengulas Industri Kreatif di Tingkat Provinsi. Sumber: Studi Industri Kreatif Indonesia 2009 Oleh Kementerian Perdagangan RI
Hal 16	Gambar 5. Model Schramm. The Process and Effects of Communication (1955)
Hal 26	Gambar 6. Produk Domestik Bruto Triwulanan Atas Dasar Harga Berlaku. Menurut Lapangan Usaha (triliun rupiah), 2010-2011
Hal 28	Gambar 7. Mengapa Ekonomi Kreatif Perlu Dikembangkan? Sumber: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025
Hal 29	Gambar 8. Kerangka Konseptual Pra Pasca Pinasthika
Hal 30	Gambar 9. Kerangka Konseptual Peran Pinasthika
Hal 33	Gambar 10. The Promotional Event Process. Sumber: Innovative Marketing Communication Strategies For The Events Industry (Masterman, 2004:221)
Hal 46	Gambar 11. Logo Pinasthika
Hal 57	Gambar 12. Struktur Pengurus Daerah PPPI DIY. Sumber: Data Pengurus Daerah 2009, Daerah Istimewa Yogyakarta, PPPI Pengda DIY
Hal 61	Gambar 13. Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi D.I.Y 2002-2006

(persen) Sumber: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015

Hal 74 Gambar 14. Ilustrasi Integrasi Program Acara Pinasthika

Sumber : Data Internal Notulensi Rapat Pinasthika

Hal 85 Gambar 15. Statistik Pengembangan Industri Kreatif 2008. Sumber: Data Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Hal 86 Gambar 16. Rata-rata PDB Industri Kreatif 2008. Sumber: Data Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Hal 86 Gambar 17. Rata-rata PDB Industri Kreatif 2002 – 2008. Sumber: Data Kementerian Perdagangan Republik Indonesia



DAFTAR LAMPIRAN

1. Panduan Wawancara
2. Wawancara FX Ridwan Handoyo
3. Wawancara Drg Eddy Purdjanto
4. Wawancara Fajar Kusumawardhani SE
5. Wawancara Syaifa Tania
6. Wawancara Rifqi Fauzi
7. Wawancara Yazied Syafaat
8. Wawancara M Arief Budiman
9. Kliping Kedaulatan Rakyat 28 Oktober 2011
10. Kliping Kedaulatan Rakyat 15 Oktober 2011
11. Key visual desain Pinasthika 2011
12. Halaman laporan Badan Pusat Statistik Indikator Ekonomi dan Sosial DIY
13. Halaman laporan Badan Pusat Statistik Indikator Ekonomi dan Sosial DIY
14. Halaman laporan Badan Pusat Statistik Indikator Ekonomi dan Sosial DIY
15. Halaman laporan Badan Pusat Statistik Indikator Ekonomi dan Sosial DIY
16. Jurnal Citra Pariwara 29 November 2007
17. Halaman buku Program Pinasthika 2007
18. Halaman buku Program Pinasthika 2010
19. Halaman buku Program Pinasthika 2011
20. Desain poster program Pinasthika 2010
21. Key visual desain Pinasthika 2010
22. Halaman buku Program Pinasthika 2010
23. Creative brief desain Pinasthika 2010
24. Press release Pinasthika 2009
25. Creative brief desain key visual Pinasthika 2010
26. Terms and conditions category awarding Pinasthika 2010
27. Brief Adstudent dan Young Film Director Pinasthika 2010
28. Surat perijinan press conference Kementerian Perdagangan Pinasthika 2011
29. Kliping Kedaulatan Rakyat 23 Juli 2008
30. Kliping Kedaulatan Rakyat 31 Juli 2008
31. Kliping Kedaulatan Rakyat 4 Agustus 2008