

**ANALISIS KOMUNIKASI BERASA DALAM PROGRAM AKTIVASI
MEREK TOKOPEDIA**

(STUDI KASUS PADA *EVENT* MAKERFEST 2018)



MUHAMMAD RIZKY DIO IRNALDI

1151003120

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Muhammad Rizky Dio Irnaldi

NIM : 1151003120

Tanda Tangan :



Tanggal : 23 April 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : M.Rizky Dio Irnaldi
NIM : 1151003120
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : ANALISIS KOMUNIKASI BERASA DALAM PROGRAM
AKTIVASI MEREK TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA
EVENT MAKERFEST 2018)

Dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si. (.....)
Penguji 1 : Prima Mulyasari A.,S.Sos., M.Si., Dr (.....)
Penguji 2 : Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Dr. (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 20 April 2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Subhannu Wa Ta'ala yang senantiasa memberikan berkah dan Rahman-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian untuk tugas akhir yang berjudul “**ANALISIS KOMUNIKASI BERASA DALAM PROGRAM AKTIVASI MEREK TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA *EVENT* MAKERFEST 2018)**” ini dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini disusun dalam rangka untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Selama proses penulisan dan penyelesaian laporan ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur penulis senantiasa penulis ucapkan pada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Berkat umur, kesehatan, dan kekuatan dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan semuanya dengan tepat waktu.

2. Orang Tua dan Keluarga

Terima kasih Papa dan Mama yang selalu memberikan dukungan kepada penulis agar tetap semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih selalu mendoakan penulis setiap saat agar penulis dipermudah dalam menulis penelitian ini.

3. Nadya Ayuningtyas Nabilla

Terima kasih kepada Nadya yang selalu mendukung, mendoakan dan memberi masukan kepada penulis ketika penulis sedang merasa jenuh ketika menulis penelitian ini, dan selalu sabar untuk memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

4. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si.

Terima kasih kepada Pak Bambang selaku dosen pembimbing tugas akhir penulis yang selalu memberikan masukan dan solusi dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih karena telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan sabar dan jelas.

5. Rizky Aldy

Terima kasih banyak kepada user saya yaitu Rizky Aldy karena telah sabar membimbing & mengajarkan saya selama magang di Tokopedia. Selain itu terima kasih juga karena telah memberikan saya pengalaman yang sangat banyak.

6. Teman-teman Tokopedia

Terima kasih kepada teman-teman Tokopedia yang sudah banyak mendukung penulis selama penulis magang di Tokopedia

7. Sahabat terdekat kampus

Terima kasih banyak juga kepada sahabat -sahabat teredekat saya Hanif, Aji, Bagus, Danang, Arif, Hafiz, Terry, Fadly, Eko, Salam, Ficky, Rizky, Memet, Risman, Thia, Emil, Zamilla , Fiona, Marina , Niki , Indira, Puti, Zahra, Mia, Hana, atika.

8. Komunal 2015

Seluruh Komunal 2015, terima kasih untuk sudah berjuang bersama dari awal kuliah sampai dengan menyelesaikan Tugas Akhir.

Jakarta , 22 April 2019

Penulis,



Muhammad Rizky Dio Irnaldi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Dio Irnaldi

NIM : 1151003120

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS KOMUNIKASI BERASA DALAM PROGRAM AKTIVASI MEREK TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA *EVENT MAKERFEST 2018*)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 April 2019

Yang menyatakan,



Muhammad Rizky Dio Irnaldi

**ANALISIS KOMUNIKASI BERASA DALAM PROGRAM AKTIVASI
MEREK TOKOPEDIA**

(STUDI KASUS PADA *EVENT* MAKERFEST 2018)

Muhammad Rizky Dio Irnaldi

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan tentang keberasaan pesan pada program aktivasi merek Tokopedia dengan menggunakan teori Komunikasi Berasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keberasaan pesan aktivasi merek dalam program Makerfest Tokopedia melalui pengalaman khalayak konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode studi kasus dan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer yang dilakukan dengan wawancara dan data sekunder dilakukan melalui studi pustaka dan jurnal. Delapan informan pada penelitian dipilih sesuai dengan kebutuhan peneliti yaitu mereka yang pernah berkunjung ke *event* Makerfest 2018. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa keberasaan pesan pada program aktivasi merek Makerfest yang dilakukan oleh Tokopedia yaitu mampu dirasakan oleh pengunjungnya melalui keberasaan indrawi dan juga keberasaan rasional.

Kata Kunci : Komunikasi Berasa , Aktivasi Merek Tokopedia, Makerfest, Keberasaan Pesan

**ANALYSIS EXPERIENTALLY MEANINGFUL COMMUNICATION IN
TOKOPEDIA BRAND ACTIVATION PROGRAM**

(CASE STUDY ON EVENT MAKERFEST 2018)

Muhammad Rizky Dio Irnaldi

ABSTRACT

This research explains about the effectiveness of the message on the Tokopedia brand activation program using the Experientally-Meaningful Communication. The purpose of this study was to determine the effectiveness of the brand activation message in the Tokopedia Makerfest program through the experience of the consumer audience. This research is a study using a case study method and with a descriptive qualitative approach. The data sources in this study are primary data carried out by interviews and secondary data through library research and journals. Eight informants in the study were selected according to the needs of researchers who visited the Makerfest 2018 event. The results of this study explained that the affection of message on the Makerfest brand activation program carried out by Tokopedia was being able to be felt by visitors through sensory sense and also rational sense.

Keywords: Experientally-Meaningful Communication , Brand Activation Tokopedia, affection of messages

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL TUGAS AKHIR. Error! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II	12
KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya.....	12
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran	23
2.2.2 Komunikasi Berasa atau <i>Experientally-Meaningful Communication</i> ...	23
2.2.3 Aktivasi Merek atau <i>Brand Activation</i>	28
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III.....	34
METODOLOGI PENELITIAN	34

3.1	Metode Penelitian.....	34
3.2	Objek dan Subyek Penelitian.....	35
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1	Sumber Data.....	35
3.3.2	Teknik Pengumpulan	36
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	37
3.5	Teknik Analisis Data	39
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	41
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	43
4.1.1	Profil PT Tokopedia.....	43
4.1.2	Makerfest	47
4.1.3	Profil Informan	49
4.1.4	Subjek Triangulator	55
4.2	Hasil Penelitian.....	56
4.2.1	Keberasaan Indrawi	56
	62
4.2.2	Keberasaan Emosional.....	62
4.2.3	Keberasaan Rasional.....	66
4.2.4	Keberasaan Relevansional	69
4.2.5	Keberasaan Benefisial.....	74
4.2.6	Keberasaan Sosial	77
4.3	Pembahasan	80
4.3.1	Tokopedia, Makerfest dan Komunikasi Berasa	80
4.3.2	Deviasi Pesan Terhadap Pesan Makerfest	83
4.3.3	Patriotisme Konsumen	86
4.3.4	Makerfest Sebagai MotivasiFest.....	88
BAB V	91
KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1	Kesimpulan.....	91

5.2 Saran	93
5.2.1 Saran Teoritis	93
5.2.2 Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna internet pada Januari tahun 2018	1
Gambar 1. 2 Pola Perilaku Belanja Bergeser ke Online	2
Gambar 1. 3 E-Commerce (Toko online) Terpopuler di Indonesia	4
Gambar 1. 4 Postingan Makerfest #banggakreasilokal.....	7
Gambar 1. 5 Pengunjung yang menggunakan hastag #banggakreasilokal	8
Gambar 1. 6 Event Bukamusik.....	9
Gambar 2. 1 Model Komunikasi Berasa.....	20
Gambar 4. 1 Logo Tokopedia	46
Gambar 4. 2 Ikon Tokopedia	47
Gambar 4. 3 Penggunaan Hastag #banggakreasilokal.....	48
Gambar 4. 4 Logo Makerfest	49
Gambar 4. 5 Salfia Asifa.....	50
Gambar 4. 6 Ferin Nadya.....	51
Gambar 4. 7 Sindi Thalia	52
Gambar 4. 8 Rifa Aisyah Putri	52
Gambar 4. 9 Fai.....	53
Gambar 4. 10 Hafiz Aditya	54
Gambar 4. 11 Iqbal Mubarok.....	54
Gambar 4. 12 Falih	55
Gambar 4. 13 Rizky Aldy.....	56
Gambar 4. 14 Daftar guest star Makerfest.....	62
Gambar 4. 15 Postingan pengunjung Makerfest	80
Gambar 4. 16 Konser Musik di Makerfest 2018	85
Gambar 4. 17 Pengunjung Makerfest	87

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran..... 33