

**AKTIVITAS *SPECIAL EVENT* ROAD TO CAMPUS DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PERHUMAS MUDA
JAKARTA RAYA**

TUGAS AKHIR



RIZKI IRAWATI

1181903046

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

2020

**AKTIVITAS *SPECIAL EVENT* ROAD TO CAMPUS DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PERHUMAS MUDA
JAKARTA RAYA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**



RIZKI IRAWATI

1181903046

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rizki Irawati

NIM : 1181903046

Tanda Tangan : 

Tanggal : 10 September 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Rizki Irawati
NIM : 1181903046
Program Studi : Komunikasi Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Aktivitas *Special Event* Road To Campus dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Perhumas Muda Jakarta Raya

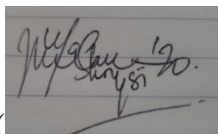
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M

( 10 September 2020)

Penguji : Mirana Hanastasia, MMEDIAPrac

()

Penguji : Dr. Mochammad Kresna Noer, M.Si

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 September 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi Pemasaran pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dalam proses penyusunan skripsi dan memberikan saran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
2. Bapak Kresna Noer dan Ibu Mirana selaku dewan penguji sidang skripsi yang telah memberikan saran terhadap penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Seluruh dosen Kelas Ekstensi *Marketing Communication* Batch 10 serta Mas Taufik yang telah memberikan ilmunya tanpa lelah dan sabar menghadapi mahasiswa dalam proses perkuliahan, administrasi hingga proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Suparjo dan Ibu Maya Mirawati yang terus menyemangati saya agar segera menyelesaikan skripsi dengan baik. Serta memberikan dukungan baik doa dan finansial untuk menyelesaikan program perkuliahan saya.
4. Mas Reylando, Aldo Nopembia dan Fathimatuz Zahra sebagai narasumber utama dalam penelitian ini. Terimakasih atas dukungannya dengan telah meluangkan waktunya dalam proses pengambilan data skripsi.
5. Kak Syarifah Faizana sebagai triangulator ahli yang bergerak di bidang *event organizer* serta memberikan saya inspirasi untuk mencoba membuat sebuah acara yang baik dan menarik.

6. Lanang sebagai triangulator partisipan acara Road To Campus yang telah memberikan gambaran setelah mengikuti acara tersebut sehingga membantu proses penelitian skripsi ini.

7. Nisa dan Rizan sebagai adik yang selalu support mbaknya untuk menyelesaikan penelitian ini, teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

8. Candy dan Hana sebagai teman seperbimbingan yang selalu support bersama untuk melewati skripsi ini dengan baik.

Semoga kebaikan berbalas kebaikan dan mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi rekan-rekan yang membutuhkannya. Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 10 September 2020



Rizki Irawati

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Rizki Irawati
NIM : 1181903046
Program Studi : Komunikasi Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

Aktivitas Special Event Road To Campus dalam Meningkatkan Brand Awareness Perhumas Muda Jakarta Raya

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti 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 : 10 September 2020

Yang menyatakan



(Rizki Irawati)

**AKTIVITAS SPECIAL EVENT ROAD TO CAMPUS DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PERHUMAS MUDA
JAKARTA RAYA**

Rizki Irawati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan memetakan aktivitas Road To Campus sebagai upaya membangun *brand awareness* di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Keabsahan data diuji menggunakan triangulator sumber dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Hasil penelitian ini adalah Road To Campus menerapkan delapan indikator *special event* dari teori Shonee & Parry sebagai upaya dalam meningkatkan *brand awareness*. Hasil dari perencanaan strategi Road To Campus yang diterapkan oleh PM Jakarta Raya memperoleh *feedback* positif dari partisipan. Tingkatan *brand awareness* partisipan berada pada tahap *brand recognition*. Dimana partisipan mengingat merek setelah diberikan bantuan. Karena bagi partisipan, RTC merupakan acara pertama yang ia ikuti dari organisasi PM Jakarta hal ini belum menjadikan PM Jakarta berada di tahap *brand recall* dan *top of mind*.

Kata Kunci: komunikasi pemasaran, *special event*, *brand awareness*

**ACTIVITY SPECIAL EVENT ROAD TO CAMPUS TO
INCREASE BRAND AWARENESS OF PERHUMAS MUDA
JAKARTA RAYA**

Rizki Irawati

ABSTRACT

This study aims to determine, describe and mapping road to campus activities as an effort to build brand awareness among students of communication science. This research used qualitative methods with data collection techniques through in-dept interviews. The validity of the data used a source triangulator by checking the data that had been obtained from several sources. The result of this research is that Road To Campus applies eight indicators of special event from Shonee & Parry theory to increase brand awareness. The result of the Road To Campus strategic planning implemented by Perhumas Muda Jakarta Raya received positive feedback from participants. The level of participant bran awareness is at the brand recognition stage. Where participants remember the brand after being given assistance. Because for participants, Road To Campus event was the first event that he participated from PM Jakarta Raya. This has not mad PM Jakarta Raya at the brand recall and top of mind stages.

Key messages: marketing communications, special event, brand awareness

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	8
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran Penelitian.....	10
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	17
2.2.3 <i>Special Event</i>	19
2.2.4 <i>Brand Awareness</i>	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
3. METODE PENELITIAN	29
3.1. Metode Penelitian	29

3.2. Objek Penelitian.....	30
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3.1 Sumber Data	30
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	34
3.4. Teknik Analisis Data.....	37
3.5. Pengujian Keabsahan Data	38
4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Objek Penelitian	40
4.1.1 Profil Perhumas Muda	40
4.1.2 Visi Misi Perhumas Muda	41
4.1.3 Nilai-Nilai Organisasi	41
4.1.4 Logo Organisasi	42
4.1.5 Gambaran Umum PM Jakarta Raya	42
4.1.6 Gambaran Umum Event Road To Campus	45
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Aktivitas Event RTC dalam Meningkatkan <i>Awareness</i>	47
4.2.1.1 Unsur Keunikan pada event RTC	47
4.2.1.2 Unsur <i>Perishability</i> pada event RTC	53
4.2.1.3 Unsur <i>Intangibility</i> pada event RTC	54
4.2.1.4 Unsur Ritual & Ceremony pada event RTC	57
4.2.1.5 Unsur Ambience & Service pada event RTC	58
4.2.1.6 Unsur Personal Contact & Interaction pada event RTC	59
4.2.1.7 Unsur Labour- Intensiveness pada event RTC.....	61
4.2.1.8 Unsur Fixed Timescale pada event RTC	63
4.2.1.9 Unsur Top Of Mind pada event RTC.....	64
4.2.1.10 Unsur Brand Recall pada event RTC	65
4.2.1.11 Unsur Brand Recognition pada event RTC.....	65
4.2.1.12 Unsur Unaware of Brand pada event RTC	66
4.3 Pembahasan	67
4.4 Temuan Baru Terkait Hasil Penelitian dan Pembahasan	80
5. KESIMPULAN DAN SARAN	84

5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	86
5.2.1	Saran Akademis.....	86
5.2.2	Saran Praktis.....	86
	DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Angka Pengangguran	1
Gambar 1.2	Poster Acara Konvensi Nasional Humas	4
Gambar 1.3	Perkumpulan Perhumas Muda	5
Gambar 3.1	Narasumber Road To Campus 1	32
Gambar 3.2	Narasumber Road To Campus 2	32
Gambar 3.3	Narasumber Road To Campus 3	33
Gambar 3.4	Triangulator Partisipan.....	33
Gambar 3.5	Triangulator Ahli.....	34
Gambar 4.1	Logo Perhumas Indonesia	42
Gambar 4.2	Kopi Darat PM Jakarta.....	43
Gambar 4.3	Pelantikan Kepengurusan PM Jakarta.....	43
Gambar 4.4	PM se-Indonesia hadir acara KNH 2018	44
Gambar 4.5	Q&A di IG Live	44
Gambar 4.6	RTC di Universitas Atmajaya	45
Gambar 4.7	Kunjungan Pabrik Pocari Sweat.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	10
Tabel 2.2	Kerangka Pemikiran.....	28
Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep.....	35

