

**Skripsi**

**Analisis Transformasi Strategi *Brand Activation* Pada *Event Organizer*  
Setelah Masa Pandemic Covid 19 (studi kasus PT. Trojan Power)**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**OLEH:**

**Taufiq Nabil Irfan (1191003104)**

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

**JAKARTA  
2023**


**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas akhir ini merupakan hasil karya dan semua sumber baik yang diikuti  
maupun dirujuk telah saya nyatakan benar milik saya sendiri

Nama : Taufiq Nabil Irfan

NIM : 1191003104

Tanda tangan :

  
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Taufiq Nabil Irfan', is written over a horizontal line.

Taufiq Nabil Irfan

Pada Tanggal : 26 Juli 2023

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Taufiq Nabil Irfan

NIM : 1191003104

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Analisis Transformasi Strategi *Brand Activation* Pada *Event Organizer* Setelah Masa Pandemi Covid-19 (studi kasus PT. Trojan Power)

**Telah berhasil dipertahankan 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 : N. Rangga Wiwesa, A.Md.Kom., S.I.Kom., M.I.Kom

(  )

Pembahas 1 : Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., Dr.

(  )

Pembahas 2 : Tika Purnamasari Soetisna, S.si, MM

(  )

Ditetapkan di Jakarta

23 Agustus 2023

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul **“Analisis Transformasi Strategi *Brand Activation* Pada *Event Organizer* Setelah Masa Pandemic Covid 19 (studi kasus PT. Trojan Power)”** ini tepat waktu. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penulisan tugas akhir ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban penulis sebagai mahasiswa semester akhir sebagai syarat kelulusan. Penulis memilih judul **“Analisis Transformasi Strategi *Brand Activation* Pada *Event Organizer* Setelah Masa Pandemic Covid 19 (studi kasus PT. Trojan Power)”** karena terlihat pada saat pandemic Covid-19 ini telah mengalami transformasi dalam strategi *brand activation* dan setelah pandemi ini berakhir semua aktivitas juga sudah mengalami perubahan dalam strategi yang cukup terlihat seperti penggunaan strategi menggunakan teknologi yang sudah canggih dalam upaya pembentukan strategi *brand activation*. PT. Trojan Power menjadi salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang kreatif dan menjalankan strategi menggunakan strategi *brand activation*. Penulis menyadari tanpa bantuan banyak pihak, penulis akan kesulitan dalam Menyusun tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

### 1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur selalu penulis ucapkan kepada Allah SWT. Dengan segala rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis selalu diberikan kemudahan dan kelancaran dalam segala hal yang berkaitan dengan magang. Segala puji bagi Allah SWT yang dapat memberikan kekuatan, kesehatan fisik dan batin penulis.

### 2. Orang Tua

Tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada orang tua, yang telah memberikan dukungan, doa, semangat dan kasih sayang kepada penulis. Karena adanya hal tersebut penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

### 3. Rangga Wisesa, A.Md.Kom.,S.I.Kom., M.I.Kom

Terima kasih penulis ucapkan kepada Rangga selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan dan masukan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan sampai selesai. Tidak lupa saya mengucapkan terima kasih atas waktu yang telah diberikan kepada penulis untuk bimbingan.

### 5. Para Sahabat

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada sahabat yaitu Iqbal Rizqy Ramdhan, Richel Amelia, Jerry Cahaya Putri, Enggar Widya Pramesti, Noufally Wijaya, Muhammad Isa, Jilan Firyal yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Taufiq Nabil Irfan

NIM : 1191003104

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 Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Analisis Transformasi Strategi *Brand Activation* Pada *Event Organizer* Setelah Masa *Pandemic Covid 19* (studi kasus *PT. Trojan Power*)**

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : 24 Juli 2023

Yang Menyatakan



(Taufiq Nabil Irfan)

**Analisis Transformasi Strategi *Brand Activation* Pada *Event Organizer*  
Setelah Masa Pandemic Covid 19 (studi kasus PT. Trojan Power)**

**TAUFIQ NABIL IRFAN**

---

**ABSTRACT**

2019 was a tough year for all Indonesian people, where a fairly deadly virus spread, namely the Covid-19 virus. This virus is a deadly virus and a virus that is easily transmitted. This virus has a negative impact as seen in the industrial sector, namely companies engaged in creative fields. When the Covid-19 pandemic spread, the brand activation strategy underwent many changes because many activities could no longer be carried out directly or physically. Then during this pandemic period a new brand activation strategy was born which in this case has begun to use technology that has developed and the brand activation strategy that has undergone this transformation continues after the pandemic period is over. In this new brand activation strategy, you can reach an audience that is not only thousands of people, because this new strategy can reach tens of thousands of people, even with a wide geographical location.

**Analisis Transformasi Strategi *Brand Activation* Pada *Event Organizer*  
Setelah Masa Pandemic Covid 19 (studi kasus PT. Trojan Power)**

**TAUFIQ NABIL IRFAN**

---

**ABSTRACT**

Tahun 2019 menjadi salah satu tahun yang berat bagi seluruh masyarakat Indonesia, dimana pada tahun tersebut tersebar virus yang cukup mematikan yaitu virus Covid-19. Virus ini menjadi salah satu virus yang mematikan dan virus yang mudah menular. Virus ini memiliki dampak yang negatif seperti yang terlihat dalam bidang industri yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang kreatif. Pada saat pandemi Covid-19 ini tersebar, strategi *brand activation* banyak mengalami perubahan karena banyak aktivitas yang sudah tidak bisa dilakukan secara langsung atau secara fisik. Lalu dalam masa pandemic ini lahir lah strategi *brand activation* yang baru dimana dalam hal ini sudah mulai menggunakan teknologi yang sudah berkembang dan strategi *brand activation* yang sudah mengalami transformasi ini berlanjut setelah masa pandemic sudah berakhir. Dalam strategi *brand activation* yang baru ini dapat menjangkau audiens yang tidak hanya ribuan orang, karena dari strategi yang baru ini bisa menjangkau puluhan ribu orang bahkan dengan letak geografis yang luas juga.



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xi
<b>BAB 1</b>	<b>1</b>
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
<b>BAB II</b>	<b>10</b>
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Definisi Konsep/Konsep yang relevan	10
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	19
<b>BAB III</b>	<b>28</b>
METODE PENELITIAN	28
3.1. Desain dan Pendekatan	28
3.2. Objek Penelitian	30
3.3 Pengumpulan Data	31
3.4 Analisis Data	35
3.5 Triangulasi Data	36
3.6 Operasionalisasi Konsep	37
<b>BAB IV</b>	<b>43</b>
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Gambaran Konteks Penelitian	44
4.2. Penyajian Data	49
4.3. Pembahasan dan Diskusi	81

<b>BAB V</b>	<b>93</b>
KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Kendala dan Keterbatasan	93
5.3. Saran dan Implikasi	94
<b>Daftar Pustaka</b>	<b>96</b>
<b>Lampiran</b>	<b>98</b>

## **Daftar Gambar**

Gambar 1.1 Data Penggunaan Internet .....	3
Gambar 1.2 Popularitas <i>Platform online</i> .....	4
Gambar 1.3 Logo PT. Trojan Power .....	6
Gambar 1.4 Dunia Games League .....	7
Gambar 1.5 Natal dan Tahun Baru .....	8
Gambar 4.1 Logo PT. Trojan Power .....	44
Gambar 4.2 Key Informan .....	47
Gambar 4.3 Informan, Syahril Firdaus .....	47
Gambar 4.4 Sharon Aulia Azhari, <i>Account Executive</i> .....	48
Gambar 4.5 Fahmi Fauzi, Account Executive .....	48

## **Daftar Tabel**

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	20
Tabel 3.1 Informan	34
Tabel 3.6 Operasionalisasi Konsep	38

## **Daftar Lampiran**

Lampiran	109
----------	-----