

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN *EVENT ORGANIZER SUSTAINABLE*
CREATIVE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN *PELANGGAN* PADA
*STUDI EVENT REBRANDING INDRIVE***

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi**



MUFLIYANDI GALUH PRADANU

1181003103


**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Mufliyandi Galuh Pradanu

NIM :1181003103

Tanda Tangan : 

Tanggal : 18 Juli 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Mufliyandi Galuh Pradanu

NIM : 1181003103

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Implementasi Manajemen Event Organizer Sustaine Creative
Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Studi Event
Rebranding Indrive

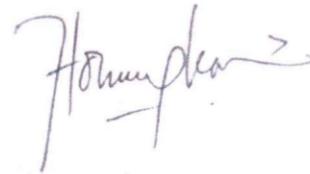
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dianingtyas Murtanti Putri



Penguji 1 : Hanny Nurahmawati



Penguji 2 : Ahmad Sadariskar



Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Agustus 2024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Mufliyandi Galuh Pradanu
NIM : 1181003103
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 Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

IMPLEMENTASI MANAJEMEN EVENT ORGANIZER SUSTAINABLE CREATIVE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA STUDI EVENT REBRANDING INDRIVE

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 12 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Mufliyandi Galuh Pradanu

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T. karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir berjudul “Implementasi Manajemen Event Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Studi Event Rebranding Indrive” dengan baik dan pada waktu yang tepat untuk memenuhi mata kuliah skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Selama penulis melakukan studi di Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, penulis mendapatkan banyak pengalaman nyata dalam implementasi teori komunikasi, khususnya pada bidang Marketing Communications, dimana ilmu yang didapatkan sangat bermanfaat bagi penulis untuk bekal menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Kemudian dalam proses penyusunan tugas akhir ini juga terdapat banyak kendala yang penulis hadapi. Namun, dengan adanya berbagai bantuan dukungan serta semangat dari banyak orang dan juga Tuhan Yang Maha Kuasa sehingga akhirnya penulis dapat menuntaskan tugas akhir ini.

Terima kasih kepada pihak-pihak yang Allah SWT hadirkan dalam hidup peneliti:

1. Keluarga Penulis

Terima kasih Papa, Mama, Ghaisan, dan Ahza yang selalu mendukung penuh apaun yang dilakukan penulis dan selalu mengingatkan penulis untuk tetap semangat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Terima kasih juga sudah menerima semua segala kesalahan dan kelalaian penulis yang membuat penelitian ini memakan waktu yang cukup lama.

2. Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si

Terima kasih kepada Miss Dian selaku dosen pembimbing tugas akhir penulis atas upaya bimbingan yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih karena selalu memberikan masukan dan juga solusi kepada penulis ketika penulis menemukan rintangan dalam penulisan tugas akhir ini serta telah meluangkan banyak waktu terkait penelitian tugas akhir ini. Terima kasih juga karena Miss Dian menghadapi saya dan bayu dengan sangat

sangat sabar. Terima kasih juga sudah menjadi guru, teman curhat, dan pembimbing sekaligus. Semoga Miss Dian selalu sehat dimanapun berada.

3. Geng Ular

Terima kasih Bayu, Nandut, Dhamara, Luthfi yang selalu menjadi teman yang baik selama perjalanan hidup penulis dari masa perkuliahan hingga saat ini. Kalian luar biasa.

4. HMILKOM-UB

Terima kasih kepada semua pengurus dari periode 2019-2021 yang memberi warna dalam perkuliahan penulis. Susah, senang, sedih, bahagia dirasakan di momen-momen itu. Organisasi ini juga banyak mengajarkan penulis tentang hidup dan masa depan. Kalian akan selalu dirindukan.

5. Tofik & Justis

Terima kasih kepada sahabat sekaligus saudara penulis sejak kecil, yaitu Tofik dan Justis. Kalian adalah orang baik yang selalu menjadi pendengar sekaligus teman berproses sejak kecil. Semoga mimpi kita sejak kecil tercapai di masa mendatang.

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN EVENT DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN PELANGGAN PADA STUDI EVENT REBRANDING
INDRIVE**

MUFLIYANDI GALUH PRADANU

ABSTRAK

Perkembangan *Event Organizer* (EO) di era 4.0 dapat dikatakan cukup signifikan, dimana antara satu dengan yang lain perkembangannya bersifat kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan strategi event management yang efektif agar meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan, adalah salah satu indikator penilaian yang penting dalam menilai suatu event. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Objek penelitian yang akan dianalisis adalah Sustaine Creative, merupakan perusahaan EO yang biasa menangani *corporate event*, *government event*, serta *music festival*. Penelitian ini berfokus dalam implementasi manajemen acara (*event*) pada peningkatan kepuasan pelanggan di acara *Rebranding Indrive*. Penelitian menggunakan teori *event management* oleh *Goldblatt*, dan kepuasan pelanggan oleh *Kotler & Keller*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa kategori dalam manajemen *event* seperti riset, perencanaan, *design*, dan koordinasi. Namun, kategori evaluasi pada bagian *outcome* yang belum memenuhi karena evaluasi yang dilakukan hanya sebatas teknis pelaksanaannya saja, diharapkan evaluasi juga dapat mengukur keberhasilan dari tujuan dilaksanakannya event tersebut. Selain itu, EO Sustaine Creative belum memiliki spesifikasi *event* dalam kategori tertentu. Kemudian, dari kepuasan pelanggan diperoleh kepuasan fungsional dan psikologikal telah memenuhi ekspektasi dari pengguna.

Kata Kunci: manajemen *event*, kepuasan pelanggan, *event rebranding*

**IMPLEMENTATION OF EVENT MANAGEMENT IN IMPROVING
CUSTOMER SATISFACTION AT THE INDRIVE REBRANDING EVENT
STUDY**

MUFLIYANDI GALUH PRADANU

ABSTRACT

The development of Event Organizers (EO) in the 4.0 era can be said to be quite significant, where the developments are competitive between one another. Therefore, an effective event management strategy is needed to increase customer satisfaction. Customer satisfaction is one of the important assessment indicators in assessing an event. This research uses a qualitative method with a case study approach. The research object that will be analyzed is Sustaine Creative, an EO company that usually handles corporate events, government events and music festivals. This research focuses on implementing event management to increase customer satisfaction at the Indrive rebranding event. The research uses event management theory by Goldblatt, and customer satisfaction by Kotler & Keller. The research results show that there are several categories in event management such as research, planning, design, and coordination. However, the evaluation category in the outcome section is not yet fulfilled because the evaluation carried out is only limited to the technical implementation. It is hoped that the evaluation can also measure the success of the objective of implementing the event. Apart from that, EO Sustaine Creative does not yet have event specifications in certain categories. Then, from customer satisfaction, functional and psychological satisfaction is obtained which has met user expectations.

Keywords: *event management, costumer satisfaction, rebranding event*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	I
HALAMAN PENGESAHAN	II
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	III
UNGKAPAN TERIMAKASIH	IV
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR TABEL.....	XI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Teoritis.....	8
1.5 Manfaat Praktis	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Terdahulu	9
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	9
2.2.1 <i>Manajemen Event</i>	9
2.2.2 <i>Kepuasan Pelanggan</i>	10
2.3 Model Kerangka Pemikiran	52
BAB III.....	53
METODE PENELITIAN	53
3.1 Desain dan Pendekatan	53
3.2 Obyek dan Subyek Penelitian	54
3.3 Pengumpulan Data	54
3.4 Analisis Data.....	58
3.5 Operasionalisasi Konsep.....	60
BAB IV	62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.1 <i>Sustaine Creative</i>	62
4.1.2 <i>Event Rebranding Indrive</i>	63
4.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	63
4.2.1 <i>Sustaine Creataiive Team</i>	64
4.2.2 <i>InDrive resentative Team Jakarta</i>	66
4.2.3 <i>Praktisi Komunikasi Bidang Manajemen Event</i>	66

4.3 Hasil Penelitian	67
4.3.1 <i>Manajemen Event</i>	67
4.3.1.1 <i>Penelitian</i>	67
4.3.1.2 <i>Perencanaan</i>	68
4.3.1.3 <i>Desain</i>	69
4.3.1.4 <i>Koordinasi</i>	70
4.3.1.5 <i>Evaluasi</i>	71
4.3.2 <i>Kepuasan Pelanggan</i>	72
4.3.2.1 <i>Fungsional</i>	72
4.3.2.2 <i>Psikologikal</i>	72
4.4 Pembahasan.....	73
4.4.1 <i>Penelitian</i>	73
4.4.2 <i>Perencanaan</i>	74
4.4.3 <i>Desain</i>	75
4.4.4 <i>Koordinasi</i>	76
4.4.5 <i>Evaluasi</i>	77
4.4.6 <i>Kepuasan Pelanggan (Fungsional)</i>	77
4.4.7 <i>Kepuasan Pelanggan (Psikologikal)</i>	78
4.5 Batasan Penelitian.....	78
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
5.2.1 <i>Saran Teoretis</i>	80
5.2.2 <i>Saran Praktis</i>	80
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Klien Groovy Event Organizer pada tahun 2022	2
Gambar 1. 2 Profile instagram Sustaine Creative	5
Gambar 1. 3 Postingan Instagram Sustaine Creative	6
Gambar 1. 4 Event Rebranding InDrive	7
Gambar 4. 1 Dimas Ragil Project Officer Sustaine	64
Gambar 4. 2 Chantyka Zalfaa Account Executive Sustaine Creative.....	65
Gambar 4. 3 Ryan Rwanda Business Development InDrive	66
Gambar 4. 4 Dra. Suharyanti, M.S.M.	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Event Rebranding InDrive	16
Tabel 3. 1 Kriteria Data Informan.....	56
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Konsep	60