

**ANALISIS STRATEGI *EVENT MARKETING* “*MELAWAI MORNING
ESSENTIAL*” KOPI KELANA BERSAMA KOMUNITAS DALAM
UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.**



FACHRYAN AULYA ARSYAD

1201003034

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2024

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 : Fachryan Aulya Arsyad

NIM : 1201003034

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Mei 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Fachryan Aulya Arsyad
NIM : 1201003034
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Strategi *Event Marketing* “*Melawai Morning Essential*” Kopi Kelana Bersama Komunitas Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Konsumen

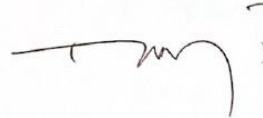
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

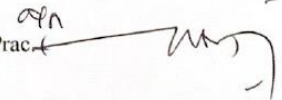
Pembimbing : Dr. Kussusanti, M.Si.



Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M.



Penguji 2 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media. Prac.



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan kesehatan, Rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir Proposal Skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Event Marketing Melawai Morning Essential Kopi Kelana Bersama Komunitas Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Konsumen**” dengan sebaik-baiknya. Selama perkuliahan di Universitas Bakrie, peneliti banyak sekali mendapatkan pelajaran dan pengalaman pada dunia Ilmu Komunikasi, terutama di dunia Komunikasi Pemasaran (*Marketing Communication*). Hal tersebut nantinya akan sangat bermanfaat bagi peneliti untuk menghadapi di dunia kerja maupun di masa depan. Penyusunan skripsi ini bertujuan sebagai syarat kelulusan dan menjadi salah satu kewajiban yang harus dilakukan peneliti untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Oleh karena itu, peneliti juga ingin menyampaikan rasa hormat serta berterima kasih sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyusun Tugas Akhir Proposal Skripsi hingga selesai, di antaranya peneliti ingin menyampaikan kepada:

1. **Keluarga**

Peneliti ingin menyampaikan terima kasih banyak kepada keluarga, terutama Ayah, Bunda dan Shagifa telah mendukung penuh apa yang peneliti laksanakan semasa kuliah. Peneliti juga sangat berterima kasih kepada Ayah, telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melaksanakan pendidikan hingga tahap perkuliahan ini.

2. **Ibu Dr. Kususanti M.Si., CDM.**

Peneliti ingin menyampaikan terima kasih banyak kepada Ibu Dr. Kususanti M.Si., CDM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan ilmu, waktu dan kesabarannya dalam membimbing peneliti hingga tahap penyelesaian.

3. **Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M.**

Peneliti ingin menyampaikan terima kasih banyak atas ilmunya kepada Ibu Dra.

Suharyanti, M.S.M. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen Penguji yang telah membimbing dari awal perkuliahan dan pada saat sidang akhir.

4. **Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media. Prac.**

Peneliti ingin menyampaikan terima kasih banyak atas ilmunya kepada Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media. Prac., selaku Dosen Ilmu Komunikasi dan Dosen Penguji. Segala bentuk tanya jawab dan masukan dari Ibu Mirana membuat pikiran peneliti semakin terbuka untuk mengembangkan penelitian ini.

5. **Bapak Adrian Arditiar, S.Sos, M.I.Kom**

Peneliti ingin menyampaikan terima kasih banyak kepada Bapak Adrian sebagai informan triangulator yang sudah meluangkan waktunya dan mengarahkan peneliti dalam penelitian ini.

6. **Informan Penelitian**

Terima kasih juga kepada para informan penelitian yaitu pihak dari Kopi Kelana, konsumen dari Kopi Kelana dan Komunitas Mobil *Croffel Team*. Kepada Mas Reza Putra, Mas Rayyan, Mas Fidrian, Mas Rama, dan Mas Rinaldi, terima kasih atas waktu dan kesempatannya sudah mau diwawancarai untuk membantu peneliti dalam penyusunan skripsi.

7. **Rekan-rekan terdekat peneliti**

Untuk rekan-rekan terdekat peneliti, yaitu Sisi Aliyah. Terima kasih sudah selalu memberikan semangat dan juga bantuan selama proses penelitian ini. Peneliti juga ingin menyampaikan terima kasih banyak kepada Yogi, Rinaldi, Wahyu, Radit, Arief, dan Andre telah membantu, menyemangati, serta menghibur peneliti pada saat penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menyemangati peneliti sampai saat ini.

Demikian Proposal Skripsi ini dibuat, peneliti berharap semoga laporan skripsi ini berguna untuk kedepannya. Peneliti juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari Proposal Skripsi ini, harapan kedepannya dapat adanya kritik dan saran yang membangun.

Universitas Bakrie

Jakarta, 02 Agustus 2024

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fachryan Aulya Arsyad', with several horizontal lines above and below the name.

Fachryan Aulya Arsyad

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Fachryan Aulya Arsyad

NIM : 1201003034

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 Strategi *Event Marketing* “*Melawai Morning Essential*” Kopi Kelana Bersama Komunitas Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Konsumen”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif 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 : 20 Mei 2024

Yang menyatakan,



Fachryan Aulya Arsyad

ANALISIS STRATEGI *EVENT MARKETING MELAWAI MORNING ESSENTIAL* KOPI KELANA BERSAMA KOMUNITAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN

Fachryan Aulya Arsyad

ABSTRAK

Strategi pemasaran melalui kegiatan (*Event Marketing*) menjadi strategi yang penting untuk menarik konsumen secara luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi *Event Marketing* terhadap loyalitas konsumen di Kopi Kelana. Kopi Kelana dikenal dengan konsep *coffee shop* berbasis mobil *campervan* dan adanya *Event Marketing* yang berkolaborasi dengan komunitas mobil yaitu "*Melawai Morning Essential*," telah menciptakan *experience* unik bagi konsumennya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara bersama lima informan yaitu dari pihak manajemen Kopi Kelana, konsumen yang loyal, dan anggota komunitas mobil terlibat dalam kegiatan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *Event Marketing* yang melibatkan komunitas, ditambah dengan komunikasi yang efektif dan pengalaman yang dipersonalisasi, berhasil meningkatkan loyalitas konsumen. *Word of mouth* menjadi faktor kunci dalam promosi dan penguatan citra merek Kopi Kelana. Selain itu, kualitas produk dan pelayanan yang konsisten juga menjadi pendorong utama bagi konsumen untuk kembali dan merekomendasikan Kopi Kelana kepada orang lain. Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk keterbatasan waktu dan cakupan komunitas yang dijadikan subjek penelitian. Oleh karena itu, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar memperluas cakupan subjek dan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan data yang lebih terstruktur. Bagi industri, penting untuk menciptakan pengalaman unik bagi konsumen dan memanfaatkan strategi *Word Of Mouth* sebagai alat promosi yang efektif.

Kata Kunci: *Event Marketing*, Loyalitas Konsumen, Kopi Kelana, *Word of Mouth*

***ANALYSIS OF EVENT MARKETING STRATEGIES MELAWAI MORNING
ESSENTIAL COFFEE KELANA WITH THE COMMUNITY IN AN EFFORT TO
INCREASE CONSUMER LOYALTY***

Fachryan Aulya Arsyad

ABSTRACT

Event Marketing has become an essential strategy for attracting a wide range of consumers. This study aims to analyze the influence of Event Marketing strategies on consumer loyalty at Kopi Kelana. Kopi Kelana, known for its campervan-based coffee shop concept and Event Marketing collaboration with the car community called "Melawai Morning Essential," has created a unique experience for its customers. The study uses a qualitative method with a case study approach. Data was collected through direct observation, in-depth interviews with Kopi Kelana management, loyal customers, and car community members involved in the event. The study results show that Event Marketing strategies involving the community, coupled with effective communication and personalized experiences, successfully increase consumer loyalty. Word of mouth, has been a key factor in promoting and strengthening Kopi Kelana's brand image. Additionally, consistent product quality and service have been the main drivers for consumers to return and recommend Kopi Kelana to others. However, this study has some limitations, including time constraints and the scope of the community being studied. Therefore, it is recommended that future research expand the scope of subjects and use a quantitative approach to obtain more structured data. For the industry, it is essential to create unique experiences for consumers and utilize Word of Mouth strategies as an effective promotional tool.

Keywords: *Event Marketing, Consumer Loyalty, Kelana Coffee, Word of Mouth*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	1
BAB I	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep dan Teori yang Relevan	10
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.2 <i>Event Marketing</i>	12
2.1.3 Loyalitas Konsumen.....	14
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	15
2.3 Model Kerangka Pemikiran	24

BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain dan Pendekatan	26
3.2 Obyek dan/ atau Subyek	26
3.3 Pengumpulan Data	27
3.3.1 Wawancara (<i>Interview</i>).....	27
3.3.2 Dokumentasi	28
3.4 Analisis Data	29
3.5 Triangulasi Data	31
3.6 Operasionalisasi Konsep	33
BAB IV	34
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	34
4.1.1 Gambaran Kopi Kelana.....	34
4.1.2 Visi dan Misi Kopi Kelana.....	37
4.1.3 Struktur Organisasi	37
4.1.4 <i>Melawai Morning Essential</i>	38
4.1.5 Profil Komunitas Mobil <i>Croffel Team</i>	39
4.1.6 Profil Informan.....	40
4.2 Penyajian Data	44
4.2.1 Strategi <i>Event Marketing</i>	45
4.2.2 Loyalitas Konsumen.....	51
4.3 Pembahasan dan Diskusi	56
4.3.1 Kegiatan <i>Event Marketing</i> dari Kopi Kelana yang berkolaborasi dengan Komunitas Mobil	56
4.3.2 Strategi yang digunakan Kopi Kelana untuk menarik konsumen dan meningkatkan Loyalitas Konsumen.....	61

BAB V	68
SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Simpulan	68
5.2 Kendala dan Keterbatasan	69
5.3 Saran dan Implikasi	69
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya.....	69
5.3.2 Saran Untuk Industri.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Produksi, Net Ekspor, dan Konsumsi Kopi Indonesia (2022-2026).
 5

Gambar 1. 2 Foto Mobil *Campervan* Kedai Kopi Kelana 7

Gambar 1. 3 Poster Kegiatan *Melawai Morning Essential* oleh Kopi Kelana 8

Gambar 3. 1 Komponen dalam analisis data (*interactive model*) 30

Gambar 4. 1 Logo Kopi Kelana 34

Gambar 4. 2 Lokasi Kopi Kelana..... 35

Gambar 4. 3 Suasana Kopi Kelana 36

Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Kopi Kelana 38

Gambar 4. 5 *Melawai Morning Essential* 39

Gambar 4. 6 Profil Informan Utama (Reza Putra Haryananda)..... 40

Gambar 4. 7 Profil Informan Pendukung (Rayyan Ahmad) 41

Gambar 4. 8 Profil Informan Pembanding (Fidrian Nabila Afwan) 42

Gambar 4. 9 Profil Informan Pendukung (Mochammad Dafa Fadilah) 42

Gambar 4. 10 Profil Informan Pembanding (Rinaldi Sasmita)..... 43

Gambar 4. 11 Profil Informan Pendukung (Ramaazka Saputra) 43

Gambar 4. 12 Profil Informan Triangulator (Pak Adrian Arditiar, M.I.Kom) 44

Gambar 4. 13 Mobil dari Anggota Komunitas Croffel Team..... 47

Gambar 4. 14 Produk Minuman Kopi Kelana 52

Gambar 4. 15 Suasana Kegiatan *Melawai Morning Essential*..... 57

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2. 2 Model Kerangka Pemikiran	25
Tabel 3.1 Komponen dalam Analisis Data (<i>interactive model</i>).....	30