

**UPAYA PENGUATAN *BRAND RECOGNITION* MELALUI
DIMENSI *EVENT* PADA PROGRAM SERTIFIKASIKU
CAMPUS ROADSHOW
(STUDI KASUS UNIVERSITAS MERCU BUANA)**

TUGAS AKHIR

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



AGHNIA NABILLAH

1191003048

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

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Aghnia Nabilah

NIM : 1191003048

Tanda Tangan :



Tanggal : 30 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

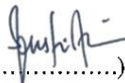
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aghnia Nabillah
NIM : 1191003048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Upaya Penguatan Brand Recognition Melalui Dimensi
Event Pada Program Sertifikasiku Campus Roadshow
(Studi Kasus Universitas Mercu Buana)

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

DEWAN PENGUJI


Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.


(.....)

Pembahas 1 : Dr. Kussusanti, M.Si


(.....)

Pembahas 2 : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom.


(.....)
30/8/2024

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 30 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa. Dengan karunia dan rahmat-Nya, penulis berhasil menyelesaikan tahap ini dan menyusun laporan skripsi berjudul “UPAYA PENGUATAN BRAND RECOGNITION MELALUI DIMENSI EVENT PADA PROGRAM SERTIFIKASIKU CAMPUS ROADSHOW (STUDI KASUS UNIVERSITAS MERCU BUANA)” dengan baik, guna memenuhi persyaratan kelulusan untuk menjadi sarjana melalui sidang skripsi. Penulis berharap bahwa ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan dapat bermanfaat di masa depan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan skripsi ini, kepada...

1. Ibu, dan Bapak

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya untuk kedua orang tua penulis karena telah bersabar, serta mendukung penulis selama ini, hingga dapat melaksanakan pendidikan sampai dengan tahap kuliah ini. Terima kasih karena sudah memberikan penulis kelayakan hidup sejauh ini.

2. Tete, dan Aa

Terima kasih sudah banyak membantu penulis dalam memberikan masukan serta arahan untuk kehidupan penulis, juga membantu banyak hal lainnya hingga penulis bisa melanjutkan penelitian ini

3. Enin, Aki Ade, Nenek Kayah, Mang Emip, Mang Mukhtar

Terima kasih juga Enin untuk semua doa-nya setiap peneliti berangkat kuliah, ataupun keluar rumah, juga atas makanan yang disediakan. Terima kasih Aki, dan keluarga yang banyak membantu penulis.

4. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.

Terima kasih peneliti sampaikan kepada Bu Prima, selaku dosen pembimbing selama proses penulisan laporan skripsi ini. Semua ilmu dan arahan yang diberikan sangatlah berharga dan memberikan kontribusi besar terhadap keberhasilan penulis dalam menyusun laporan ini.

5. Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.

Terima kasih untuk pak Kresna selaku dosen triangulator dalam laporan skripsi ini, dengan bantuannya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Dr. Kussusanti, M.Si

Terima kasih kepada Ibu Kussusanti yang telah menguji saya sewaktu sidang seminar proposal dan sewaktu sidang akhir laporan skripsi, masukan yang diberikan memberikan penulis pemikiran yang lebih mendalam akan penelitiannya

7. Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom.

Terima kasih untuk ibu Ken Ayuthaya selaku dosen penguji sidang akhir laporan skripsi, dengan masukan dan sarannya membuat penulis dapat lebih kritis dan lebih baik lagi dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Informan Penelitian

Terima kasih untuk Safana, Aditya, Nazwa, Mail, dan Hana. Dari jawaban serta pandangan kalian membuat peneliti bisa dan dapat berhasil menyelesaikan penelitian ini hingga akhir.

9. Orang Baik Terdekat Peneliti

Terima kasih untuk Nadinda, Usama, Nadila, Gityu, Muthia, Resty, Faraz, Salsa, Ale, Iqbal, Cester, Mekel, Dappa, Akbar, Popoh, Scilieux, Paguyuban Cegil, dan Kemana Hari Ini, yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti ketika sedang melakukan penelitian. Juga Terima kasih kepada Zhafran yang siap bersedia menemani peneliti, dan mengingatkan bahwasannya skripsi ini merupakan bom waktu.

10. Lagi, Tuhan dan Seluruh Makhluh Hidup Ciptaanya

Terima kasih tuhan Allah S.W.T atas segala yang diberikan. Udara, indra yang berfungsi dengan baik, lingkungan sekitar penulis, segala kejadian yang terjadi kepada penulis dan sekitarnya. Dengan segala cobaan, pemberian, dan semua situasi yang ada hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini merupakan suatu keberkahan yang penulis syukuri.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Aghnia Nabillah
NIM : 1191003048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : 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:

UPAYA PENGUATAN *BRAND RECOGNITION* MELALUI DIMENSI *EVENT* PADA PROGRAM SERTIFIKASIKU *CAMPUS ROADSHOW* (STUDI KASUS UNIVERSITAS MERCU BUANA)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan 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 : 30 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



Aghnia Nabillah

**UPAYA PENGUATAN *BRAND RECOGNITION* MELALUI
DIMENSI *EVENT* PADA PROGRAM SERTIFIKASIKU
CAMPUS ROADSHOW
(STUDI KASUS UNIVERSITAS MERCU BUANA)**

AGH Nia Nabillah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya penguatan pengingatan merek melalui penerapan berbagai dimensi *event* dalam program Sertifikasiku *Campus Roadshow*, dengan fokus pada studi kasus di Universitas Mercu Buana. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, yang memungkinkan pemahaman mendalam mengenai proses dan hasil dari pelaksanaan *event* tersebut. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan berbagai informan, termasuk peserta acara, dan panitia penyelenggara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan dimensi *event*, seperti *entertainment*, *excitement*, dan *enterprise*, dalam Sertifikasiku *Campus Roadshow* secara signifikan menguatkan pengingatan merek di kalangan mahasiswa Universitas Mercu Buana. Hal ini terlihat dari tingginya tingkat partisipasi dan respon positif dari para peserta terhadap acara yang diselenggarakan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan penting bagi praktisi pemasaran mengenai strategi dalam menguatkan *brand recognition* melalui dimensi *event*, serta memberikan rekomendasi untuk optimasi pelaksanaan *event* serupa di masa yang akan datang.

Keyword: *Event Marketing, Dimensi Event, Brand Recognition, Sertifikasiku*

***EFFORTS TO STRENGTHEN BRAND RECOGNITION
THROUGH EVENT DIMENSIONS IN THE SERTIFIKASIKU
CAMPUS ROADSHOW PROGRAM
(CASE STUDY AT MERCU BUANA UNIVERSITY)***

AGH Nia Nabillah

ABSTRACT

This study aims to analyze the efforts to strengthen brand recognition through the application of various event dimensions in the Sertifikasiku Campus Roadshow program, focusing on a case study at Mercu Buana University. The research employs a descriptive qualitative method with a case study approach, allowing for an in-depth understanding of the processes and outcomes of the event implementation. Data were collected through in-depth interviews with various informants, including event participants and organizers. The findings indicate that the application of event dimensions such as entertainment, excitement, and enterprise in the Sertifikasiku Campus Roadshow significantly enhances brand recognition among students at Mercu Buana University. This is evidenced by the high level of participation and positive responses from participants towards the event. Therefore, this research provides valuable insights for marketing practitioners on strategies to strengthen brand recognition through event dimensions and offers recommendations for optimizing the execution of similar events in the future.

Keyword: *Event Marketing, Event Dimensions, Brand Recognition, Sertifikasiku*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep yang Relevan.....	7
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.2 Event Marketing	9
2.1.3 Dimensi Event.....	12
2.1.4 Brand Recognition	14
2.1.5 Target Audience.....	16
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	17

2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Desain dan Pendekatan.....	27
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	29
3.2.1 Objek Penelitian.....	29
3.2.2 Subjek Penelitian	29
3.3 Kriteria Informan.....	30
3.4 Pengumpulan Data	31
3.4.1 Data Primer	31
3.4.2 Data Sekunder.....	31
3.5 Analisis Data	32
3.6 Triangulasi Data	33
3.6.1 Profil Triangulator	33
3.7 Operasionalisasi Isu/Konsep	34
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran dan Konteks Penelitian	38
4.1.1 Profil Sertifikasiku.....	38
4.1.2 Tentang Sertifikasiku Campus Roadshow goes to Universitas Mercu Buana	42
4.1.3 Profil Informan	44
4.2 Penyajian Data.....	47
4.2.1 Dimensi <i>Event Entertainment</i> Sertifikasiku <i>Campus Roadshow goes to Universitas Mercu Buana</i>	47
4.2.2 Dimensi <i>Event Excitement</i> Sertifikasiku <i>Campus Roadshow goes to Universitas Mercu Buana</i>	49

4.2.3 Dimensi <i>Event Enterprise</i> Sertifikasiku <i>Campus Roadshow goes to</i> Universitas Mercu Buana.....	53
4.2.4 Pencapaian Brand Recognition dalam Event Sertifikasiku Campus Roadshow (Studi Kasus Universitas Mercu Buana).....	55
4.3 Pembahasan dan Diskusi	58
4.3.1 Analisis Perencanaan dan Implementasi Event Sertifikasiku Campus Roadshow.....	58
4.3.2 Evaluasi Efektivitas Event dalam Meningkatkan Brand Recognition..	64
BAB V.....	69
SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Kendala dan Keterbatasan	70
5.3 Saran dan Impilkasi	70
5.3.1 Saran Teoritis	70
5.3.2 Saran Praktis	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 3.1 Profil Triangulator, Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si ...	34
Gambar 4.1 Website Kelas Sertifikasiku BNSP.....	39
Gambar 4.2 Website Kelas Sertifikasiku Non BNSP.....	39
Gambar 4.3 Website Kelas Sertifikasiku Kartu Prakerja	40
Gambar 4.4 Youtube Sertifikasiku Mini Class Series	41
Gambar 4.5 Partner Sertifikasiku	41
Gambar 4.6 Video Bite-size reels Sertifikasiku	42
Gambar 4.7 Poster acara Sertifikasiku Campus Roadshow goes to Universitas Mercu Buana	44
Gambar 4.8 Dokumentasi acara Sertifikasiku Campus Roadshow goes to Universitas Mercu Buana.....	44
Gambar 4.9 Profil Infroman Safana Sabilah Sipah	45
Gambar 4.10 Profil Infroman Aditya Permana	45
Gambar 4.11 Profil Infroman Hana Kamila Mariam	46
Gambar 4.12 Profil Ibnu Dimailhaq.....	46
Gambar 4.13 Nazwa Alia	46
Gambar 4.14 Bagan gambaran perencanaan sampai dengan evaluasi acara.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Tabel Kriteria Informan.....	31
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep	37