

**Analisis Efektivitas Kegiatan Education Fair sebagai Media Promosi
Universitas Bakrie dengan menggunakan Metode Epic Model**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



DIAN RIZKIDIANI

1221921016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN 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 : Dian Rizkidiani

Nim 1221921016

Tandatangan:



Tanggal : 19 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dian Rizkidiani

NIM : 1221921016

Prodi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Efektivitas Kegiatan Education Fair sebagai Media Promosi Universitas Bakrie dengan menggunakan Metode Epic Model


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

DEWAN PENGUJI

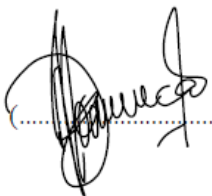
Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd., M.M.


(.....)

Penguji 1 : Muchsin Saggaff Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D.


Muchsin
(.....)

Penguji 2 : Dominica Arni Widiastuti, S.E., M.M


(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini;
2. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D., dan Ibu Dominica Arni Widiastuti, S.E., M.M., selaku dosen penguji dalam sidang Tugas Akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini;
3. Bapak Prof. Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial;
4. Bapak Prof. M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Manajemen;
5. Sdri. Zahra Anisyah, S.E. selaku staf prodi Manajemen yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan informasi terkait perkuliahan dan tugas akhir;
6. Mas Taufik Hidayat, S.E. selaku staf Kelas Karyawan yang selalu memberikan informasi terkait perkuliahan;
7. Bapak Anwar Muslim, S.E., Sdr. Fadjar Handoyo A.Md. dan Sdri. Marwa Moeldya, S.M. selaku narasumber dari Biro Promosi dan Admisi Universitas Bakrie yang telah bersedia untuk diwawancarai;
8. Mahasiswa dan mahasiswi Universitas Bakrie angkatan 2023 yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini;
9. Ibu Westianny Irianingsih dan Ibu Rita Rosnita, S.E., M.Ak., selaku atasan penulis yang selalu mensupport penulis untuk melanjutkan studi ke jenjang S1 dan telah memberikan dukungan material dan moral;
10. Rekan kerja penulis di Biro Keuangan Universitas Bakrie, Mas Hafid Noval, S.E., Pak Erhan Azis Noor, S.E., Putri Namira Tri Aprilia, S.Ak., dan Rega Erlangga, S.E. yang selalu

mensupport penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir;

11. Seluruh staf prodi Universitas Bakrie yang telah membantu penulis dalam melakukan penyebaran kuesioner penelitian;

12. Suami penulis, Ndaru Adi Wijaya, S.Kom., dan kedua anak penulis, Raditya Arka Wijaya dan Rafa Almira Nurrisqi yang selalu menyemangati dan mendukung penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan tugas akhir;

13. Retno Wulandari dan Amanda Sptyani, rekan seperjuangan dalam mengerjakan tugas semasa kuliah di kelas karyawan Prodi Manajemen;

14. Teman-teman Batch 19 Kelas Karyawan Prodi Manajemen Universitas Bakrie yang sudah berjuang bersama selama 1,5 tahun terakhir;

15. Semua pihak yang telah membantu penulis baik selama masa perkuliahan hingga selesai yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Akhir kata, penulis mendoakan semoga Allah Subhanahu Wata'ala membalas dengan berlipat ganda segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih sangat jauh dari sempurna namun penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 19 Agustus 2024



Dian Rizkidiani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Dian Rizkidiani
NIM : 1221921016
Program Studi : Manajemen
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 Efektivitas Kegiatan Education Fair sebagai Media Promosi Universitas Bakrie dengan menggunakan Metode Epic Model”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). 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 : 19 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Dian Rizkidiani

ANALISIS EFEKTIVITAS KEGIATAN EDUCATION FAIR SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS BAKRIE DENGAN MENGGUNAKAN METODE EPIC MODEL

Dian Rizkidiani

ABSTRAK

Sebagai negara berkembang, Indonesia terus mengupayakan peningkatan kualitas sumber daya manusianya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan peningkatan di bidang pendidikan. Di tahun 2022, terdapat sebanyak 125 Perguruan Tinggi Negeri dan 2.982 merupakan Perguruan Tinggi Swasta. Sementara itu, di DKI Jakarta terdapat 4 Perguruan Tinggi Negeri dan 272 Perguruan Tinggi Swasta. Universitas Bakrie merupakan salah satu universitas swasta yang berada di Jakarta Selatan. Agar dapat bersaing dengan perguruan tinggi lainnya, Universitas Bakrie melakukan berbagai strategi pemasaran, salah satunya dengan melakukan kegiatan Education Fair sebagai media promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas kegiatan Education Fair yang dilakukan oleh Universitas Bakrie dengan menggunakan EPIC Model dengan 4 dimensi kritis, yaitu *Empathy*, *Persuasion*, *Impact* dan *Communication*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara kepada narasumber Biro Promosi dan Admisi dan penyebaran kuesioner. Populasi penyebaran kuesioner pada penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Bakrie angkatan 2023, sampel penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik sampling menggunakan purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan metode EPIC Model.

Hasil penelitian Analisis Efektivitas kegiatan Education Fair Universitas Bakrie dengan menggunakan EPIC Model menunjukkan bahwa kegiatan Education Fair secara keseluruhan dinilai Sangat Efektif dengan skor nilai EPIC Rate sebesar 4,27. Secara parsial, dimensi *Empathy* mendapatkan skor nilai 4,23 (sangat efektif), dimensi *Persuasion* mendapatkan skor nilai 4,37 (sangat efektif), dimensi *Impact* mendapatkan skor nilai 4,28 (sangat efektif) dan dimensi *Communication* 4,21 (sangat Efektif).

Kata kunci: Efektivitas, Event Marketing, EPIC Model

ANALISIS EFEKTIVITAS KEGIATAN EDUCATION FAIR SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS BAKRIE DENGAN MENGGUNAKAN METODE EPIC MODEL

Dian Rizkidiani

ABSTRACT

As a developing country, Indonesia continues to strive to improve the quality of its human resources. One of the efforts made is to make improvements in the education sector. In 2022, there are 125 state universities and 2,982 private universities. Meanwhile, in DKI Jakarta there are 4 state universities and 272 private universities. Bakrie University is one of the private universities in South Jakarta. In order to compete with other universities, Bakrie University carries out various marketing strategies, one of which is conducting Education Fair activities as promotional media. This research was conducted to measure the effectiveness of Education Fair activities carried out by Bakrie University using the EPIC Model with 4 critical dimensions, Empathy, Persuasion, Impact and Communication.

This research uses qualitative methods with data collection techniques, interviews with sources from the Promotion and Admissions Bureau and distributing questionnaires. The population distributing the questionnaire in this study was Bakrie University student's class of 2023. The sample for this study was 100 respondents with a sampling technique using purposive sampling. The data analysis technique uses the EPIC Model method.

The results of research on the effectiveness analysis of Bakrie University's Education Fair activities using the EPIC Model show that the Education Fair activities as a whole are rated as Very Effective with an EPIC Rate score of 4.27. Partially, the Empathy dimension gets a score of 4.23 (very effective), the Persuasion dimension gets a score of 4.37 (very effective), the Impact dimension gets a score of 4.28 (very effective) and the Communication dimension 4.21 (very effective).

Keywords: Effectiveness, Event Marketing, EPIC Model

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian.....	6
1.3. Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Efektivitas	8
2.1.2 Bauran Pemasaran	8
2.1.3 Promosi.....	10
2.1.4 Bauran Promosi	10
2.1.4.1 Event Marketing	11
2.1.4.1.1 Education Fair	11
2.1.5 EPIC Model	12
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Metode Penelitian.....	20
3.2 Subyek Penelitian.....	20
3.3 Operasionalisasi Konsep	21
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5 Instrumen Penelitian	22
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.7 Pengujian Keabsahan Data	23
3.7.1 Pengujian data kualitatif	23

3.7.2	Pengujian data kuantitatif	23
a.	Uji Validitas.....	23
•	Hasil Uji Validitas Dimensi Empathy	24
•	Hasil Uji Validitas Dimensi Persuasion	24
•	Hasil Uji Validitas Dimensi Impact.....	25
•	Hasil Uji Validitas Dimensi Communication	25
b.	Uji Reliabilitas	25
3.8	Teknik Analisis Data	26
3.8.1	Analisis Tabulasi Sederhana.....	29
3.8.2	Skor rata-rata	29
3.8.3	Epic Rate.....	31
3.9	Keterbatasan Penelitian	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1.	Sejarah Umum Universitas Bakrie	33
4.1.2.	Visi dan Misi Universitas Bakrie Visi.....	34
4.1.3.	Program Studi Universitas Bakrie	34
4.1.4.	Pencapaian Universitas Bakrie	35
4.1.5.	Fasilitas Universitas Bakrie	35
4.2	Gambaran Umum Responden.....	36
4.2.1	Jenis Kelamin	36
4.2.2	Usia.....	37
4.2.3	Asal sekolah	37
4.2.4	Domisili	38
4.2.5	Uang saku per bulan	39
4.2.6	Lokasi Education Fair.....	39
4.2.7	Program Studi	40
4.3	Hasil Analisis Data	40
4.3.1	Dimensi Empathy	41
4.3.2	Dimensi Persuasion	42
4.3.3	Dimensi <i>Impact</i>	43
4.3.4	Dimensi Communication.....	44
4.3.5	EPIC Rate	45
4.4	Pembahasan.....	46
	Dimensi Empathy	47
	Dimensi Persuasion	51
	Dimensi Impact.....	57

Dimensi Communication.....	59
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1. Data Mahasiswa Baru Universitas Bakrie tahun 2020-2023	4
Gambar 1 2. Data Kegiatan Education Fair Universitas Bakrie Tahun Ajaran 2023/2024	5
Gambar 2 1 Marketing Mix 7P	8
Gambar 2 2 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 3 1 Hasil Uji Reliabilitas	26
Gambar 3 2 Proses Analisis Data Kualitatif	28
Gambar 4 1 Jenis Kelamin Responden	36
Gambar 4 2 Usia Responden.....	37
Gambar 4 3 Asal Sekolah Responden.....	37
Gambar 4 4 Domisili Responden.....	38
Gambar 4 5 Uang Saku per Bulan Responden.....	39
Gambar 4 6 Lokasi Education Fair	39
Gambar 4 7 Program Studi Responden.....	40
Gambar 4 8 Grafik Hasil Penilaian Dimensi Empathy	42
Gambar 4 9 Grafik Hasil Penilaian Dimensi Persuasion	43
Gambar 4 10 Grafik Hasil Penilaian Dimensi Impact	44
Gambar 4 11 Grafik Hasil Penilaian Dimensi Communication.....	45
Gambar 4 12 Grafik EPIC Rate	46
Gambar 4 13 Grafik Indikator Empathy 1.	47
Gambar 4 14 Grafik Indikator Empathy 2.	48
Gambar 4 15 Grafik Indikator Empathy 3.	48
Gambar 4 16 Grafik Indikator Empathy 4.	49
Gambar 4 17 Grafik Indikator Empathy 5.	50
Gambar 4 18 Grafik Indikator Empathy 6.	50
Gambar 4 19 Grafik Indikator Persuasion 1.	52
Gambar 4 20 Grafik Indikator Persuasion 2.	53
Gambar 4 21 Grafik Indikator Persuasion 3.	54
Gambar 4 22 Grafik Indikator Persuasion 4.	54
Gambar 4 23 Grafik Indikator Persuasion 5.	55
Gambar 4 24 Grafik Indikator Persuasion 6.	56
Gambar 4 25 Grafik Indikator Impact 1.	57
Gambar 4 26 Grafik Indikator Impact 2.	58
Gambar 4 27 Grafik Indikator Impact 3.	58
Gambar 4 28 Grafik Indikator Communication 1.....	60
Gambar 4 29 Grafik Indikator Communication 2.....	60
Gambar 4 30 Grafik Indikator Communication 3.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Data Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia tahun 2022.....	2
Tabel 3 1 Operasional Konsep.....	21
Tabel 3 2 Hasil Uji Validitas Dimensi Empathy	24
Tabel 3 3 . Hasil Uji Validitas Dimensi Persuasion.....	25
Tabel 3 4 Hasil Uji Validitas Dimensi Impact.....	25
Tabel 3 5 Hasil Uji Validitas Dimensi Communication	25
Tabel 3 6 Nilai Skor Skala Likert	30
Tabel 3 7 Rentang Skala Penilaian	31
Tabel 4 1. Rentang Skala Penilaian Epic Model.....	41
Tabel 4 2 Tabel Perhitungan EPIC Rate	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Transkrip Wawancara
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Dokumentasi Foto Kegiatan Education Fair