

***EVENT CONCERT MUSIC SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN PADA BEBEK BALI
RESTO LIPPO CIKARANG DALAM MEMBENTUK
BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

**Oleh :
Christin Naibaho
201510415041**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

***EVENT CONCERT MUSIC SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN PADA BEBEK BALI
RESTO LIPPO CIKARANG DALAM MEMBENTUK
BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

Oleh :
Christin Naibaho
201510415041



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Event Concert Music* Sebagai Strategi
Komunikasi Pemasaran Pada Bebek Bali
Resto Lippo Cikarang Dalam Membentuk
Brand Awareness

Nama Mahasiswa : Christin Naibaho

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415041

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Mei 2019

Jakarta, 27 Mei 2019

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M

NID. 040503008

Pembimbing II



Erita Riski Putri, S.Sos, M.Si

NID. 041503027



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Event Concert Music* Sebagai Strategi
Komunikasi Pemasaran Pada Bebek Bali
Resto Lippo Cikarang Dalam Membentuk
Brand Awareness

Nama Mahasiswa : Christin Naibaho

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415041

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Mei 2019

Jakarta, 27 Mei 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom
NID 0041509033

Penguji I : Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M
NID 040503008

Penguji II : Nita Komala Dewi, S.I.Kom., M.M
NID 0041509042

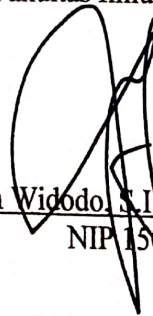
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom
NIP 1602244

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul *Event Concert Music* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Bebek Bali Resto Lippo Cikarang Dalam Membentuk *Brand Awareness*, ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, 27 Mei 2019

Yang membuat pernyataan,



Christin Naibaho

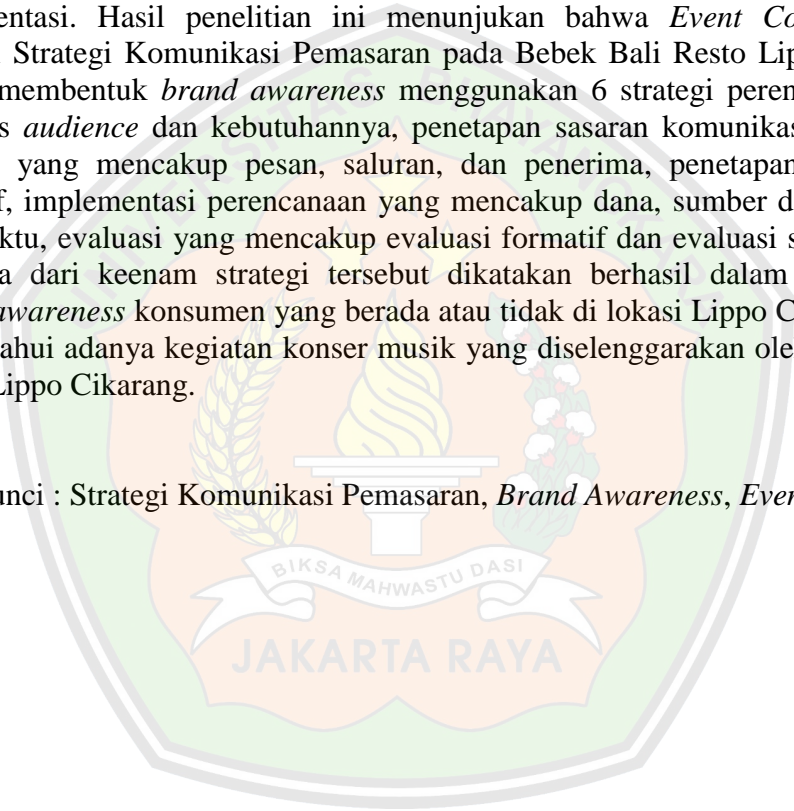
201510415041

ABSTRAK

Christin Naibaho, 201510415041. *Event Concert Music* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Bebek Bali Resto Lippo Cikarang Dalam Membentuk *Brand Awareness*.

Bebek Bali Resto Lippo Cikarang hadir di daerah Lippo Cikarang di tengah persaingan bisnis kuliner, Bebek Bali Resto Lippo Cikarang memilih *event marketing* untuk menjadi alat memperkenalkan diri kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Event Concert Music* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Bebek Bali Resto Lippo Cikarang Dalam Membentuk *Brand Awareness*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deksriptif, pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Event Concert Music* sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada Bebek Bali Resto Lippo Cikarang dalam membentuk *brand awareness* menggunakan 6 strategi perencanaan yaitu Analisis *audience* dan kebutuhannya, penetapan sasaran komunikasi, rancangan strategi yang mencakup pesan, saluran, dan penerima, penetapan manajemen objektif, implementasi perencanaan yang mencakup dana, sumber daya manusia, dan waktu, evaluasi yang mencakup evaluasi formatif dan evaluasi sumatif. Pada hasilnya dari keenam strategi tersebut dikatakan berhasil dalam membangun *brand awareness* konsumen yang berada atau tidak di lokasi Lippo Cikarang tetap mengetahui adanya kegiatan konser musik yang diselenggarakan oleh Bebek Bali Resto Lippo Cikarang.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, *Brand Awareness*, *Event Marketing*



ABSTRACT

Christin Naibaho, 201510415041. *Event Concert Music as a Marketing Communication Strategy at Bebek Bali Resto Lippo Cikarang in Forming Brand Awareness.*

Bebek Bali Resto Lippo Cikarang is present in the area of Lippo Cikarang in the midst of our tight culinary business competition at Lippo Cikarang, Bebek Bali Resto Lippo Cikarang chooses event marketing to be a tool to introduce ourselves to the community. This study aims to analyze the Event Concert Music as a Marketing Communication Strategy at Bebek Bali Resto Lippo Cikarang in Forming Brand Awareness. The method used in this study is descriptive, data collection is done by means of observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the Event Concert Music as a Marketing Communication Strategy for Bali Duck Resto Lippo Cikarang in forming brand awareness uses 6 planning strategies, namely audience analysis and needs, communication target setting, strategy design that includes messages, channels, and recipients, objective management determination, planning implementation that includes funding, human resources, and time, evaluation that includes formative evaluation and summative evaluation. The results of the six strategies are said to be successful in building brand awareness of consumers who are or not at the location of Lippo Cikarang who are aware of the event concert music activities held by Bebek Bali Resto Lippo Cikarang.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Brand Awareness, Event Marketing*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkah dan rahmatnya. Terimakasih kepada keluarga tercinta atas dukungan dan doa yang selalu membuat penulis semangat dalam menyusun skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang dilakukan terhitung dari Oktober 2018 hingga Maret 2019. Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak. Untuk dari itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn). Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungannya.
3. Ibu Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungannya.
4. Ibu Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M selaku Dosen Pembimbing I Skripsi penulis yang telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi.
5. Ibu Erita Riski Putri, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing II Skripsi penulis yang telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi.
6. Bebek Bali Resto Lippo Cikarang yang telah membantu penulis dalam memperoleh data-data
7. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ilmu Komunikasi 2015 dan Trihadi yang telah menemani penulis selama melakukan penelitian di Cikarang.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis sangat menerima kritik dan saran yang membangun.

Jakarta, 27 Mei 2019

Penulis



(Christin Naibaho)

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PESETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Kegunaan Penelitian	4
1.5.1 Kegunaan Teoritis	4
1.5.2 Kegunaan Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Kerangka Konsep	7
2.2.1 Komunikasi	7
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	7
2.2.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	8
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	9

viii

2.2.3.1 Tahap-Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran	9
2.2.4 Bauran Pemasaran	10
2.2.5 <i>Event Marketing</i>	14
2.2.5.1 Jenis <i>Event</i>	15
2.2.6 Merek	21
2.2.7 <i>Brand Awareness</i>	22
2.3 Kerangka Teori	23
2.3.1 Model Lingkaran	23
2.4 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Pendekatan Penelitian	26
3.3 Metode Penelitian	26
3.4 Teknik Penentuan Informan	27
3.4.1 <i>Purposive Sampling</i>	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.1 Observasi	28
3.5.2 Wawancara	29
3.5.3 Dokumentasi	29
3.6 Teknik Analisis Data	30
3.7 <i>Triangulasi</i>	31
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Bebek Bali Resto Lippo Cikarang	33
4.1.1 Sejarah Bebek Bali Resto Lippo Cikarang	33
4.1.2 Visi dan Misi Bebek Bali Resto Lippo Cikarang	33
4.1.3 Logo Bebek Bali Resto Lippo Cikarang	34
4.1.4 Struktur Organisasi Bebek Bali Resto Lippo Cikarang	34
4.2 Deskripsi Informan & Informan Kunci	35
4.2.1 Informan Kunci	35
4.2.2 Informan	35
4.3 Hasil Penelitian	36

4.3.1	Strategi Komunikasi Pemasaran Konsep <i>Entertainment</i>	36
4.3.2	Menyebarkan Informasi Kegiatan Konser Musik	39
4.3.3	Perencanaan Yang Mencakup Dana	42
4.3.4	Perencanaan Yang Mencakup Pesan	43
4.4	Pembahasan	45
4.4.1	<i>Event Concert Music</i> Sebagai Strategi Komunikasi	46
BAB V PENUTUP		52
5.1	Kesimpulan	52
5.2	Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Matrik Perbedaan Telaah Pustaka	5
Tabel 4.2.1 Profil Informan Kunci	35
Tabel 4.2.2 Profil Informan	36



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2.7 Piramida <i>Brand Awareness</i>	22
Gambar 4.1 Logo Bebek Bali Resto Lippo Cikarang	34



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.4 Kerangka Pemikiran	24
Bagan 3.7 Triangulasi Data	32
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	34



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Form Perbaikan
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 3 : Kartu Bimbingan 1 & 2
- Lampiran 4 : Daftar Pertanyaan Informan & Informan Kunci
- Lampiran 5 : Transkrip Wawancara Informan Kunci & Informan 1, 2, 3, 4
- Lampiran 6 : Reduksi Data Hasil Wawancara Informan kunci & Informan 1, 2, 3, 4
- Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian

