

**TEMATIK *EVENT* SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN
JOJA HOUSE**

SKRIPSI

Oleh:

Monica Karmila Syifa

201810415158



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

2022

**TEMATIK *EVENT* SEBAGAI KOMUNIKASI
PEMASARAN JOJA HOUSE**

SKRIPSI

Oleh:

Monica Karmila Syifa

201810415158



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

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Tematik *Event* Sebagai Komunikasi
Pemasaran Joja House
Nama Mahasiswa : Monica Karmila Syifa
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415158
Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : 27 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENYETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II

Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom

NIDN 0319048601

Tri Alida Aprifiana, S.I.P, M.I.Kom

NIDN 0322048204

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Tematik *event* Sebagai Komunikasi
Pemasaran Joja House

Nama Mahasiswa : Monica Karmila Syifa

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415158

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom
NIDN 0323127802

Penguji I : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom
NIDN 0310068902

Penguji II : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN 0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 1304222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Tematik *event* sebagai komunikasi pemasaran Joja House adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan ilmiah.

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

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, 05 Agustus 2022



Monica Karmila Syifa

NPM: 201810415158

ABSTRAK

Monica Karmila Syifa 201810415158. Tematik *Event* Sebagai Komunikasi Pemasaran Joja House.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan yang penulis temukan di Joja House yaitu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai tematik *event* sebagai komunikasi pemasaran Joja House yaitu sebagai daya tarik pengunjung karena Joja House kurang diminati oleh pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran melalui tematik *event* yang dilakukan oleh Joja House untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penulis wawancara dengan informan mengenai aktivitas komunikasi pemasaran melalui tematik *event* yang dilakukan oleh Joja House. Data diolah dengan teknik kualitatif deskriptif yaitu menggambarkan situasi yang ditemui dilokasi penelitian. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tematik *event* sebagai komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Joja House menerapkan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, dan Physical evidence*) yang mempengaruhi paling signifikan adalah promosi yang dilakukan dengan penjualan langsung (*sales promotion*) karena promosi yang dilakukan oleh Joja House melalui tematik *event* yang berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung dan peningkatan jumlah penjualan pada Joja House karena tematik *event* yang diselenggarakan oleh Joja House memiliki keunikan, ciri khas, serta tematik *event* dipersiapkan dengan baik agar pengunjung dapat menikmati tematik *event* dengan suasana yang menyenangkan.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Promosi, *Event*, Karakteristik *Event*

ABSTRACT

Monica Karmila Syifa 201810415158. Tematik *Event* Sebagai Komunikasi Pemasaran Joja House.

This research is motivated by the problems that the authors found at Joja House, namely researchers are interested in researching thematic events as marketing communications for Joja House, namely as a visitor attraction because Joja House is less attractive to visitors. This study aims to determine how marketing communication through thematic events conducted by Joja House to increase the number of visitors. In this study, researchers used a descriptive qualitative approach, with data collection methods namely observation, interviews, and documentation. The author interviews with informants regarding marketing communication activities through thematic events conducted by Joja House. The data was processed using descriptive qualitative techniques, namely describing the situation encountered at the research location. From the results of the research that has been done, it can be concluded that the thematic event as marketing communication carried out by Joja House applies the concept of the 7P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion, People, and Physical evidence) which has the most significant influence on promotions carried out by sales. direct (sales promotion) because of the promotion carried out by Joja House through thematic events which have an impact on increasing the number of visitors and increasing the number of sales at Joja House because the thematic events organized by Joja House have unique, distinctive, and thematic events that are well prepared so that visitors can enjoy thematic events with a pleasant atmosphere.

Keywords: *Marketing Communication, Marketing Mix, Promotion, Event, Event Characteristics*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya paanjatkan kepada Allah SWT. Penulis Panjatkan atas rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Tematik *Event* Sebagai Komunikasi Pemasaran Joja House”. Dalam proses pembuatan proposal skripsi ini tentunya terdapat pihak-pihak yang membantu dalam proses penyelesaiannya.

Penulis berterima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan penulis karunia nikmat sehat jasmani dan rohani sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dan tentunya untuk kedua orang tua, kakak serta keluarga penulis, yang telah memberikan dukungan, didikan, serta mendoakan hingga sampai terselesaikannya proposal skripsi ini. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

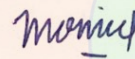
1. Bapak Irjen Pol Polisi (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, serta memberikan arahan ketika bimbingan sehingga dapat terselesaikannya proposal skripsi ini.
5. Ibu Tri Alida Apriliana, S.I.P, M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, serta memberikan arahan ketika bimbingan sehingga dapat terselesaikannya proposal skripsi ini.
6. Dosen dan seluruh staff akademik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Bedra, Sigit, Keren, Salsa, Salsabila, Andita, Diah, Salza, Siti, Anita, Zainatun, Iksan, Nyimas selaku sahabat saya yang selalu ada di setiap suka dan duka, memberikan semangat, menemani, dan mewarnai hari-hari saya.

8. Bapak Johanes Baptista dan Bapak Christoporus Jalu selaku pemilik Joja House yang telah membantu dalam memberikan keterangan mengenai pembahasan skripsi ini.
9. Bapak Stefanus Valentino Adhi selaku Marketing Joja House yang telah membantu memberikan informasi mengenai pembahasan skripsi ini.

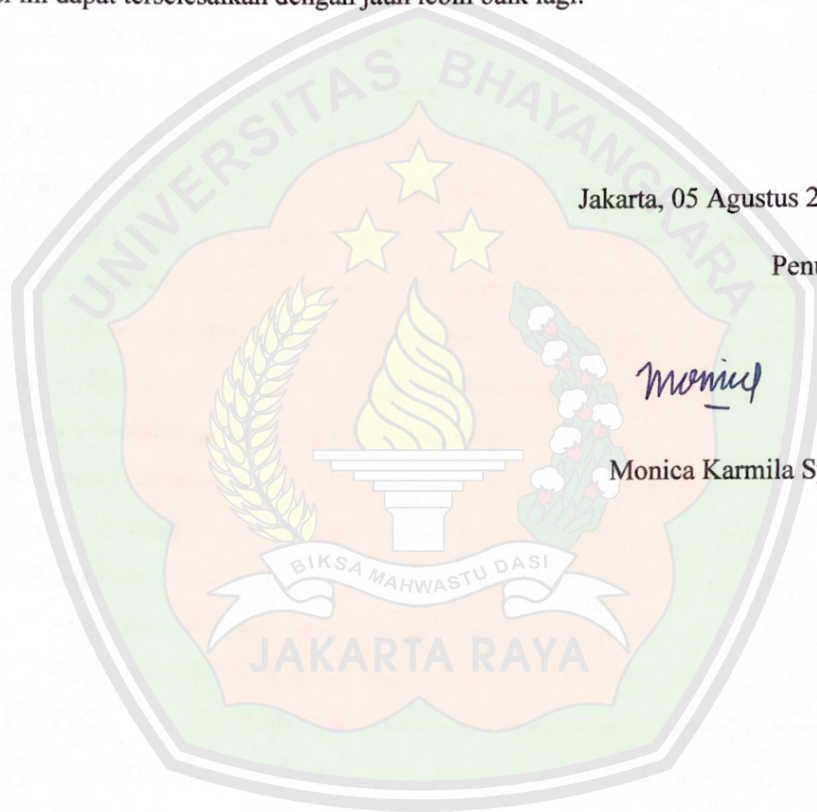
Penulis berharap proposal skripsi ini dapat berguna bagi siapapun, namun dibalik itu semua pastinya masih dapat beberapa kekurangan dalam proposal skripsi ini. Maka dari itu kritik dan saran dari berbagai pihak dibutuhkan agar proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan jauh lebih baik lagi.

Jakarta, 05 Agustus 2022

Penulis,



Monica Karmila Syifa



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kerangka Konsep	10
2.2.1 Pengertian Komunikasi	10
2.2.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran	11
2.2.3 Bauran Pemasaran	12
2.2.4 Pengertian Strategi Promosi.....	21
2.2.4 Pengertian <i>Event</i>	22
2.3 Kerangka Pemikiran	25

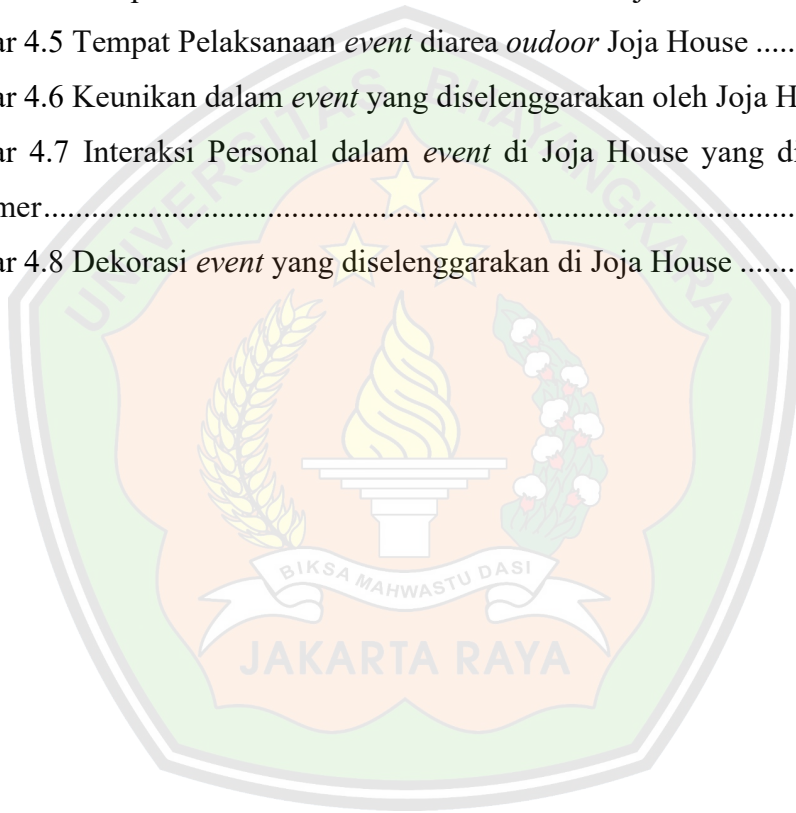
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data pengunjung Joja House dalam pelaksanaan <i>event</i>	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian	32



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Event yang dilaksanakan Joja House	4
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	34
Gambar 4.2 Produk Minuman Joja House	39
Gambar 4.3 Joja House	42
Gambar 4.4 Tempat Pelaksanaan <i>event</i> diarea <i>outdoor</i> Joja House	43
Gambar 4.5 Tempat Pelaksanaan <i>event</i> diarea <i>outdoor</i> Joja House	44
Gambar 4.6 Keunikan dalam <i>event</i> yang diselenggarakan oleh Joja House.....	47
Gambar 4.7 Interaksi Personal dalam <i>event</i> di Joja House yang dilakukan oleh performer.....	54
Gambar 4.8 Dekorasi <i>event</i> yang diselenggarakan di Joja House	57



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	35



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2 : Administrasi

LAMPIRAN 3 : Reduksi Data & Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 4 : Dokumentasi

LAMPIRAN 5 : Kartu Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 6 : Form Perbaikan Sidang Skripsi

