EVENT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK DURIAN PADA TOKO GUNSAS DUREN

SKRIPSI

Oleh:

PANJI PRAYOGO

201810415226

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

EVENT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK DURIAN PADA TOKO GUNSAS DUREN

SKRIPSI

Oleh:

PANJI PRAYOGO

201810415226

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Event Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Durian Pada Toko Gunsas Duren
Nama Mahasiswa	: Panji Prayogo
Nomor Pokok Mahasiswa	: 201810415226
Program Studi / Fakultas	: Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tangga Lulus Ujian Skripsi	: 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 0327119701

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Event Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Durian Pada Toko Gunsas Duren
Nama Mahasiswa	: Panji Prayogo
Nomor Pokok Mahasiswa	: 201810415226
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tangga Lulus Ujian Skripsi	: 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom .....

NIDN. 0319048601

Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom .....

NIDN. 0327119701

Sekretaris Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par .....

NIDN. 0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa,M.A.,M.Ed.,Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Event Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Durian Pada Toko Gunsas Duren"

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 dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

Saya memberikan izin skripsi ini dipinjamkan dan digandakan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya juga memberi 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, 31 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Panji Prayogo

NPM. 201810415226

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Panji Prayogo, 201810415226, Event Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Durian Pada Toko Gunsas Duren.

Dalam masa pemulihan ekonomi pasca pandemi, para pelaku usaha terus dituntut untuk melakukan inovasi dalam strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing dan menarik minat konsumen. Salah satu yang efektif adalah penerapan komunikasi pemasaran melalui *event* marketing. Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Toko Gunsas Duren dalam memanfaatkan *event* sebagai media untuk mengenalkan dan mempromosikan produk durian Nusantara. Toko ini menerapkan pendekatan yang terstruktur dan kolaboratif mulai dari pra *event* hingga pasca *event*, dengan fokus pada perencanaan yang matang, pelaksanaan yang sistematis, serta evaluasi berkelanjutan. Pendekatan edukatif selama *event* menyampaikan informasi produk secara komprehensif kepada konsumen, meningkatkan pemahaman dan minat beli, sekaligus memperkuat hubungan emosional antara brand dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *event* menjadi sarana penting dalam membangun *brand awareness* dan kepercayaan konsumen melalui penggunaan media sosial, komunikasi langsung di toko, dan media cetak yang menarik perhatian visual. Evaluasi keberhasilan *event* dilakukan dengan mengukur pertumbuhan *followers* dan tayangan di media sosial, jumlah pengunjung, serta peningkatan penjualan. Selain itu, keterbukaan dalam menerima dan menindaklanjuti *feedback* konsumen memperkuat konsistensi pesan dan komunikasi dua arah yang efektif. Dengan strategi *event* yang matang, Toko Gunsas Duren berhasil mengoptimalkan *event* sebagai alat komunikasi pemasaran yang efektif, mendukung pertumbuhan usaha, dan memperkuat posisi produk durian Nusantara di pasar yang kompetitif.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, *Event,* Gunsas Duren.

ABSTRACT

Panji Prayogo, 201810415226, *Event as a Media for Marketing Communication of Durian Products at Gunsas Duren Store.*

In the post pandemic economic recovery period, business actors are continuously required to innovate in their marketing strategies to enhance competitiveness and attract consumer interest. One effective is the implementation of marketing communication through event marketing. This study examines the marketing communication strategy used by Gunsas Duren Store in utilizing events as a medium to introduce and promote Nusantara durian products. The store applies a structured and collaborative approach from pre-event to post-event stages, focusing on thorough planning, systematic execution, and continuous evaluation. The educational approach during events conveys comprehensive product information to consumers, increasing their understanding and purchase interest, while also strengthening the emotional connection between the brand and customers. The research results show that events serve as an important means to build brand awareness and consumer trust through the use of social media, direct communication in the store, and visually appealing print media. The success of events is evaluated by measuring growth in social media followers and views, number of visitors, as well as sales increases. Additionally, openness in accepting and responding to consumer feedback strengthens message consistency and effective two way communication. With well-planned event strategies and coherent communication management, Gunsas Duren Store successfully optimizes events as an effective marketing communication tool, supporting business growth and strengthening the position of Nusantara durian products in a competitive market.

Keywords: *Marketing Communication, Event, Gunsas Duren.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat hidayahnya kepada saya sehingga penyusunan Skripsi yang berjudul "Event Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Durian Pada Toko Gunsas Duren" dapat terlaksana dengan baik. Tidak lupa saya ucapkan terima kasih yang tidak ada habisnya untuk kedua orang tua saya yang senantiasa mendukung saya dengan doa, biaya, dan support. Saya menyadari bahwa dengan terselesaikannya proposal skripsi ini banyak pihak-pihak tertentu yang sudah banyak membantu saya oleh karena itu, saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Sri Wahyuni sebagai orang tua, serta Bagas Priambodo dan Harunynditya sebagai adik yang telah memberi dukungan dan doa yang terus menerus kepada penulis, serta Almarhum Hari Susanto sebagai orang tua, yang semangatnya masih hadir hingga saat ini sebagai sumber semangat dan kekuatan penulis.
2. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Syahrul Hidayanto, S.sos., M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi arahan dan dukungan untuk penulis dalam menyusun Skripsi
6. Seluruh keluarga besar beserta saudara tercinta, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta kehangatan yang menjadi penyemangat tersendiri bagi penulis.
7. Sahabat-sahabat saya yang telah memberi dukungan serta doa kepada penulis.

Dipindai dengan CamScanner

8. Teman-teman seperjuangan, Hilda Haerunisa, Destri Ramadhina, Feby Lutfiana, Muhammad Dinar Ilham Realdi, Daffa Rizky, Ibnu Abbas Firmansyah, Rahulloh Firmansyah, Maajid Zainul Arifin, Fridiana Awal Rohmansyah yang telah memberi *support* kepada penulis.
9. Rekan dan sahabat lain, yang tidak dapat penulis ucapkan satu per satu.
10. Dan yang terakhir, diri saya sendiri karena sudah berusaha melakukan yang terbaik dan sudah berjuang hingga bertahan sejauh ini.

Penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam pengerjaan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Namun demikian semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembangunan, khususnya pengembangan ilmu di bidang komunikasi.

Jakarta, 31 Juli 2025

Penulis,

Panji Prayogo

NPM. 201810415226

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **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 Fokus Penelitian 5
1.3 Pertanyaan Penelitian 6
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Manfaat Penelitian 6
1.5.1 Manfaat Teoritis 6
1.5.2 Manfaat Praktis 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **7**
2.1 Penelitian Terdahulu 7
2.2 Kerangka Konseptual 13
2.2.1 Komunikasi 13
2.2.2 Komunikasi Pemasaran 13
2.2.3 Event 14
2.3 Kerangka Pemikiran 16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **17**
3.1 Pendekatan Penelitian 17
3.2 Desain Penelitian 17
3.3 Subjek Dan Objek Penelitian 18

Event Sebagai Media.., Panji Prayogo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

3.4 Teknik Pengumpulan Data 20
3.5 Teknik Analisis Data..... 21
3.6 Teknik Keabsahan Data 22
3.7 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian 24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 25
4. 1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... 25
4.1.1 Profil Toko Gunsas Duren 25
4.1.2 Profil Informan..... 26
4. 2 Hasil Penelitian..... 27
4.2.1 Event Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Durian Nusantara 28
4. 3 Pembahasan 39
4.3.1 Event Sebagai Pilihan Strategi Komunikasi Pemasaran Produk..... 40
Durian Nusantara 40
BAB V PENUTUP 46
5. 1 Kesimpulan..... 46
5. 2 Saran 47
5.2.1 Saran Praktis..... 47
5.2.2 Saran Akademik 47
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 7
Tabel 3.4 Profil Informan Kunci dan Informan Pendukung 19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Flyer Event Agro Food & Food Drink Expo 4
Gambar 1.2 Store Gunsas Duren 5
Gambar 4.1 Logo Gunsas Duren 26
Gambar 4.2 Kegiatan Rapat Internal Toko Gunsas Duren 30
Gambar 4.3 Event Toko Gunsas Duren 33
Gambar 4.3 Edukasi Konsumen 36

Event Sebagai Media.., Panji Prayogo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... 16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran II : Pedoman Wawancara

Lampiran III : Transkip wawancara

Lampiran IV : Reduksi Data

Lampiran V : Dokumentasi

Lampiran VI : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran VII : Form Perbaikan Skripsi

Event Sebagai Media.., Panji Prayogo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025