



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PERANCANGAN *EVENT* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND*  
*AWARENESS* STRONGHOLDZ FOR WOMAN  
(PT. STRONGHOLDZ BARBELL CLUB)  
NASKAH AKADEMIK  
SKRIPSI BERBASIS KARYA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**Rico Tungadi**

14140110058

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2018

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berbasis karya ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi Berbasis Karya yang telah saya tempuh.

TANGERANG, 12 JULI 2018



RICO TUNGADI

## HALAMAN PENGESAHAN

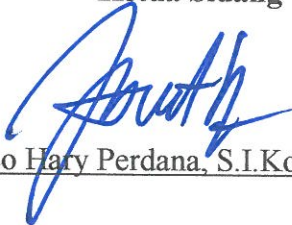
Naskah Akademik  
Skripsi Berbasis Karya  
dengan judul

**PERANCANGAN *EVENT* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND*  
*AWARENESS* STRONGHOLDZ FOR WOMAN  
(PT. STRONGHOLDZ BARBELL CLUB)**

oleh  
**Rico Tungadi**

telah diujikan pada hari Selasa, 7 Agustus 2018,  
pukul 09.00 s.d. 10.30 dan dinyatakan lulus  
dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

**Penguji Ahli**



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

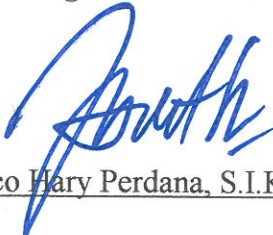
**Dosen Pembimbing**



Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos, M.Si

**Disahkan oleh**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

## HALAMAN PERSEMBAHAN



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

*Disini ku menuntut ilmu*

*Walau tidur tak pandang waktu*

*Kepadamu orang tuaku*

*Kupersembahkan karya*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yesus Kristus atas terselesaikannya laporan skripsi berbasis karya ilmiah ini yang berjudul *PERANCANGAN EVENT UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS "STRONGHOLDZ FOR WOMAN"*. Laporan skripsi berbasis karya akhir ini dibuat dan diselesaikan dalam rangka pemenuhan persyaratan kelulusan mata kuliah Skripsi serta sekaligus menjadi salah satu syarat kelulusan dari program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Selama penulis menempuh proses serta menyusun laporan skripsi berbasis karya akhir ini, tentunya tidak lepas dari campur tangan berbagai macam pihak baik dari seluruh keluarga, para dosen Universitas Multimedia Nusantara, keluarga besar Strongholdz Barbell Club, dan juga teman-teman yang sudah senantiasa memberikan dukungan dalam menyelesaikan laporan ini. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bpk. Dr. Mochammad Kresna, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi berbasis karya akhir ini.
2. Wanda Mulia selaku *Head Of Marketing Communication* di PT. Strongholdz Barbell Club dan sekaligus menjadi koordinator *event* yang telah membantu penulis dalam melaksanakan *event* "Kartini *Workout Day*".
3. Bpk. Hans Krisna selaku *Owner* dari PT. Strongholdz Barbell Club yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan kegiatan skripsi berbasis karya akhir di PT. Strongholdz Barbell Club.
4. Bpk. Inco Hary Perdana, S.I.kom,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membantu dan membimbing dalam konsep perancangan skripsi berbasis karya akhir ini secara tepat dan berkualitas.

5. Alex Suban dan Elvira Anna selaku wartawan dari *kompas group* dan *suara pembaruan group* yang telah membantu penulis dalam melakukan publikasi event “Kartini *Workout Day*”.
6. Josefine Yaputri, Ellen Stephanie, dan Prisca Angelina selaku *blogger* yang berpartisipasi dan membantu penulis dalam event “Kartini *Workout Day*”.
7. Lay Hui Jung (Mama), Robert Tungadi (Papa), Hastomo Tungadi (kakak) dan David Tungadi (kakak) dalam mendukung penulis selama proses perkuliahan baik dalam dukungan materi maupun doa yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
8. Albert Limpah, Stefanus AZ, Arlene Clarissa, dan Sisca Lie yang selalu mendukung, menyemangati, dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi berbasis karya akhir ini, dan pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga menyadari bahwa dalam laporan skripsi berbasis karya akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis dengan senang hati menerima masukan-masukan, saran, maupun kritikan yang dapat membangun dan membantu dalam membuat laporan skripsi berbasis karya akhir ini menjadi lebih baik lagi. Pada akhirnya, laporan skripsi berbasis karya akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 12 Juli 2018



Rico Tungadi

**PERANCANGAN *EVENT* DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
*BRAND AWARENESS* STRONGHOLDZ FOR WOMAN (PT.  
STRONGHOLDZ BARBELL CLUB)**

**ABSTRAK**

Oleh:

RICO TUNGADI

Komunikasi merupakan salah satu hal yang paling penting untuk perusahaan dalam membangun dan meningkatkan *brand awareness*. Salah satu alat yang dapat digunakan untuk membangun dan meningkatkan *brand awareness* ialah dengan membuat sebuah *event*. Perancangan sebuah *event* yang baik dapat membangun serta meningkatkan *brand awareness* yang baik untuk perusahaan. Dalam hal ini, penulis kemudian membuah karya berupa sebuah *event* dalam upaya meningkatkan *brand awareness* Strongholdz For Woman (PT. Strongholdz Barbell Club). Dalam *event* tersebut akan berisi olahraga bersama khususnya untuk para perempuan dan juga terdapat informasi dan pengetahuan seputar olahraga yang ada di Strongholdz For Woman. Dari *event* tersebut, tentunya akan ada publikasi dari para peserta yang datang dan akan dijadikan sebagai alat pendukung dalam mempromosikan brand tersebut.

**Kata kunci :** *Public Relations, Brand Awareness, Event Management, Marketing Communication*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A





**EVENT PLANNING IN STRENGTHENING BRAND AWARENESS**

**STRONGHOLDZ FOR WOMAN**

**(STRONGHOLDZ BARBELL CLUB COMPANY)**

**ABSTRACT**

**By:**

**Rico Tungadi**

Communication is one of the most important things for companies in building and increasing brand awareness. One tool that can be used to build and increase brand awareness is to create an event. Designing a good event can build and increase good brand awareness for the company. In this case, the author then produced a work in the form of an event in an effort to increase the brand awareness of Strongholdz For Woman (PT. Strongholdz Barbell Club). In the event will contain joint sports, especially for women and there is also information and knowledge about sports in Strongholdz For Woman. From the event, of course there will be publications from the participants who come and will be used as supporting tools in promoting the brand.

**Keywords : *Public Relations, Brand Awareness, Event Management, Marketing Communication.***

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| HALAMAN SAMPUL .....              | i   |
| PERNYATAAN .....                  | ii  |
| HALAMAN PENGESAHAN .....          | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....         | iv  |
| KATA PENGANTAR .....              | v   |
| ABSTRAK .....                     | vii |
| DAFTAR ISI .....                  | ix  |
| DAFTAR GAMBAR .....               | xii |
| DAFTAR TABEL .....                | xv  |
| <br>BAB I : PENDAHULUAN           |     |
| 1.1 Latar Belakang .....          | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....         | 4   |
| 1.3 Batasan Masalah .....         | 5   |
| 1.4 Tujuan Karya .....            | 5   |
| 1.5 Manfaat Karya .....           | 5   |
| <br>BAB II :                      |     |
| 2.1 Karya Jenis Terdahulu .....   | 6   |
| 2.2 Teori dan Konsep .....        | 7   |
| 2.2.1 Teori Komunikasi .....      | 7   |
| 2.2.1.1 Definisi Komunikasi ..... | 7   |

|  |    |
|--|----|
| 2.2.2 Marketing Public Relation .....  | 8  |
| 2.2.3 Brand Awareness .....            | 11 |
| 2.2.4 Special Event .....              | 13 |
| 2.2.4.1 Media Promosi .....            | 15 |
| <b>BAB III :</b>                       |    |
| 3.1 Metode Pengumpulan data.....       | 18 |
| 3.1.1 Wawancara .....                  | 18 |
| 3.1.2 Observasi .....                  | 18 |
| 3.2 Teknik Pengumpulan Data.....       | 19 |
| 3.2.1 Observasi .....                  | 19 |
| 3.2.2 Wawancara .....                  | 19 |
| 3.2.3 Dokumentasi .....                | 19 |
| 3.2.4 Analisis Data .....              | 20 |
| 3.3 Metode Perancangan.....            | 23 |
| 3.3.1 Timeline kerja.....              | 24 |
| 3.3.2 Anggaran Perancangan .....       | 25 |
| 3.3.3 Target Luaran / Publikasi .....  | 25 |
| 3.3.3.1 Media Cetak .....              | 25 |
| 3.3.3.2 Media Online .....             | 27 |
| <b>BAB IV : PERANCANGAN KARYA</b>      |    |
| 4.1 Perusahaan Perancangan Karya ..... | 28 |
| 4.2 Hasil wawancara .....              | 30 |

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 4.3 Hasil Karya .....               | 33 |
| 4.3.1 Pra-Event .....               | 34 |
| 4.3.2 Event.....                    | 35 |
| 4.3.3 Post-Event .....              | 43 |
| 4.3.3.1 Publikasi Event .....       | 43 |
| 4.3.3.2 Evaluasi Event .....        | 62 |
| 4.3.3.3 Analisis PR Value.....      | 71 |
| <br>BAB V : SIMPULAN DAN SARAN      |    |
| 5.1 Simpulan .....                  | 74 |
| 5.2 Saran .....                     | 75 |
| 5.2.1 Saran untuk Universitas ..... | 75 |
| 5.2.2 Saran untuk Perusahaan.....   | 76 |

DAFTAR PUSTAKA

Tabel Matriks Perencanaan Karya

Dokumentasi Proses Pembuatan Karya

Laporan Realisasi Anggaran

Formulir Konsultasi Skripsi

Riwayat Hidup

U M N  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| 2.2.3 Brand Awareness Pyramid .....                               | 11 |
| 3.3.3 (1) Logo Ultimaz .....                                      | 25 |
| 3.3.3 (2) Logo Kompas Muda .....                                  | 26 |
| 3.3.3 (3) Logo Nova .....   | 26 |
| 3.3.3 (4) Logo Wolipop.com .....                                  | 27 |
| 3.3.3 (5) Logo Vemale.com .....                                   | 27 |
| 4.1 Logo PT. Strongholdz Barbell Club .....                       | 28 |
| 4.2 Poster Kartini Workout day .....                              | 34 |
| 4.3 Foto Peserta sebelum Event dimulai .....                      | 35 |
| 4.4 Foto 4 Grup event Kartini Workout day .....                   | 36 |
| 4.5 Foto Menu Latihan Kartini Workout day .....                   | 36 |
| 4.6 Foto Peserta Grup Black Widow .....                           | 37 |
| 4.7 Foto Peserta Grup Gal Gadot .....                             | 37 |
| 4.8 Foto Peserta Grup Cut Nyak Dien dan tim Kartini .....         | 38 |
| 4.9 Foto suasana event Kartini Workout Day sesi 1 .....           | 38 |
| 4.10 Foto suasana peserta beristirahat .....                      | 39 |
| 4.11 Foto suasana event Kartini Workout Day sesi 2 .....          | 39 |
| 4.12 Foto suasana di akhir event Kartini Workout Day sesi 2 ..... | 40 |
| 4.13 Foto Pemenang Pertama event Kartini Workout Day .....        | 40 |
| 4.14 Foto Pemenang Kedua event Kartini Workout Day .....          | 41 |

|   |    |
|---|----|
| 4.15 Foto Pemenang Ketiga event Kartini Workout Day .....               | 41 |
| 4.16 Foto Para peserta dengan Pelaksana Event Kartini Workout Day ..... | 42 |
| 4.17 Foto Posting Media Sosial untuk para Peserta.....                  | 42 |
| 4.18 Foto Publikasi dari akun Instagram Rina halim.....                 | 43 |
| 4.19 Foto Publikasi dari akun Instagram Agustina Ciptadi .....          | 44 |
| 4.20 Foto Publikasi dari akun Instagram Yanti Setyo .....               | 44 |
| 4.21 Foto Publikasi dari akun Instagram Sefin.....                      | 45 |
| 4.22 Foto Publikasi dari akun Instagram Wita .....                      | 45 |
| 4.23 Foto Publikasi dari akun Instagram Prisca Agelina .....            | 46 |
| 4.24 Foto Publikasi dari akun Instagram Mona Christanto .....           | 46 |
| 4.25 Foto Publikasi dari akun Instagram Isna Adani .....                | 47 |
| 4.26 Foto Publikasi dari tabloidbintang.com .....                       | 48 |
| 4.27 Isi berita Publikasi dari tabloidbintang.com .....                 | 49 |
| 4.28 Isi berita Publikasi dari tabloidbintang.com .....                 | 49 |
| 4.29 Isi berita Publikasi dari tabloidbintang.com .....                 | 50 |
| 4.30 Foto Publikasi dari beritasatu.com .....                           | 51 |
| 4.31 Isi Berita Publikasi dari beritasatu.com .....                     | 52 |
| 4.32 Isi Berita Publikasi dari beritasatu.com .....                     | 52 |
| 4.33 Isi Berita Publikasi dari beritasatu.com .....                     | 53 |
| 4.34 Foto Publikasi dari wartakotalive.com .....                        | 54 |
| 4.35 Isi Berita Publikasi dari wartakotalive.com .....                  | 55 |
| 4.36 Isi Berita Publikasi dari wartakotalive.com .....                  | 55 |

|   |    |
|---|----|
| 4.37 Isi Berita Publikasi dari wartakotalive.com .....                  | 56 |
| 4.38 Isi Berita Publikasi dari wartakotalive.com .....                  | 56 |
| 4.39 Isi Berita Publikasi dari wartakotalive.com .....                  | 57 |
| 4.40 Foto Publikasi dari vemale.com .....                               | 58 |
| 4.41 Isi Berita Publikasi dari vemale.com .....                         | 59 |
| 4.42 Isi Berita Publikasi dari vemale.com .....                         | 59 |
| 4.43 Isi Berita Publikasi dari vemale.com .....                         | 60 |
| 4.44 Isi Berita Publikasi dari vemale.com .....                         | 60 |
| 4.45 Foto Publikasi dari koran Warta Kota .....                         | 61 |
| 4.46 Nama Peserta .....   | 62 |
| 4.47 Jumlah Peserta yang berpartisipasi .....                           | 63 |
| 4.48 Informasi Peserta terhadap Kartini Workout Day .....               | 63 |
| 4.49 Informasi Peserta terhadap Strongholdz For Woman .....             | 64 |
| 4.50 Tanggapan Peserta setelah mengikuti event Kartini Workout Day..... | 65 |
| 4.51 Tanggapan Peserta terhadap fasilitas dan tempat .....              | 66 |
| 4.52 Tanggapan Peserta setelah mengikuti event Kartini Workout Day..... | 67 |
| 4.53 Tanggapan Peserta terhadap event berupa nilai .....                | 68 |
| 4.54 Tanggapan Peserta untuk bergabung menjadi member Strongholdz ..... | 69 |
| 4.55 Saran dan Masukan untuk Event Kartini Workout day .....            | 70 |
| 4.56 Analisis PR Value .....  | 72 |

## DAFTAR TABEL

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 2.1 Karya Jenis Terdahulu ..... | 6  |
| 3.3 Metode Perancangan .....    | 23 |
| 3.3.2 Anggaran Perancangan..... | 25 |
| 4.1 Analisis PR Value .....     | 72 |
| 4.2 Analisis PR Value .....     | 73 |
| 4.3 Analisis PR Value .....     | 73 |

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA