

**PENGARUH *EVENT MARKETING* POCARI SWEAT RUN 2021
TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* POCARI SWEAT**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

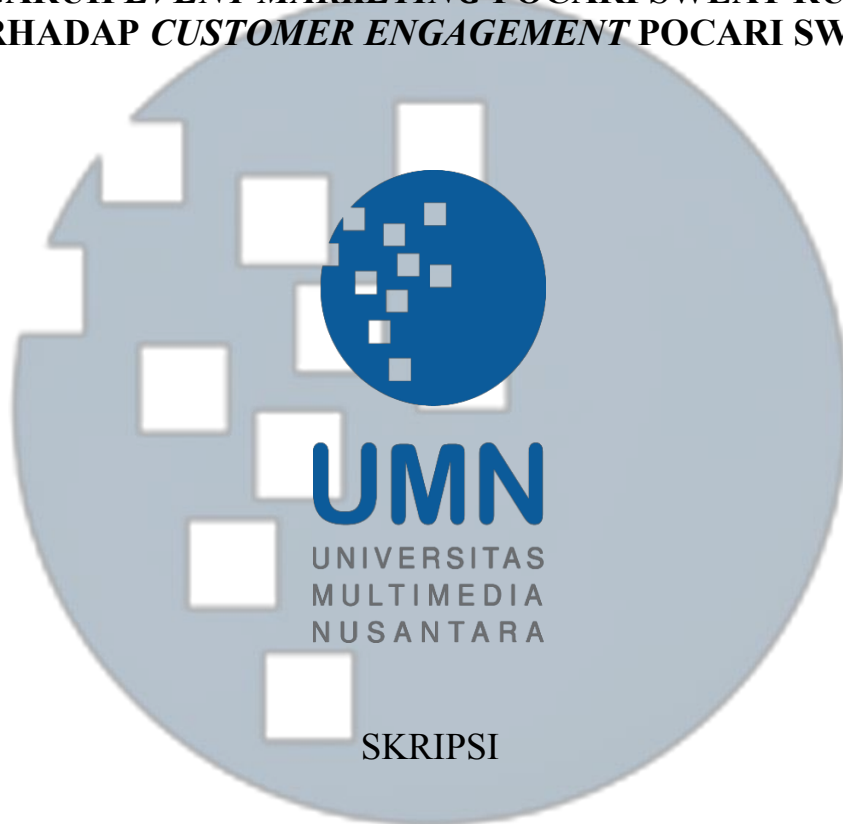
SKRIPSI

Cynthia Caroline Yaury

0000021821

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**PENGARUH *EVENT MARKETING* POCARI SWEAT RUN 2021
TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* POCARI SWEAT**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Cynthia Caroline Yaury

0000021821

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2022

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Cynthia Caroline Yaury

Nomor Induk Mahasiswa : 00000021821

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH *EVENT MARKETING* POCARI SWEAT RUN 2021
TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* POCARI SWEAT**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

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

Tangerang, 22 Juni 2022



(Cynthia Caroline Yaury)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**PENGARUH *EVENT MARKETING* POCARI SWEAT RUN 2021
TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* POCARI SWEAT**

Oleh
Nama : Cynthia Caroline Yaury
NIM : 00000021821
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 22 Juni 2022
Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Nicky Stephani, S.Sos., M.Si.
0405099105

Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
0309027705

Pembimbing

Fahriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M.
0304039001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.
0308117706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cynthia Caroline Yaury
NIM : 00000021821
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *EVENT MARKETING* POCARI SWEAT RUN 2021 TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* POCARI SWEAT

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 5 Juli 2022

Yang menyatakan,



(Cynthia Caroline Yaury)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan rahmat, berkat, dan karunia-Nya yang melimpah kepada saya selama ini dan selalu menyertai saya hingga menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal. Oleh sebab itu, saya harap hasil dari penyusunan skripsi ini dapat menjadi alat untuk memuliakan keagungan nama-Nya. Tujuan dari disusunnya skripsi ini yaitu guna memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Adapun saya ingin mengucapkan rasa terimakasih atas dukungan dan bantuan dari berbagai pihak dalam yang terlibat secara penuh dari awal proses penyusunan laporan skripsi ini hingga selesai. Maka dari itu, saya ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar telah membimbing saya dari awal proses penyusunan laporan skripsi ini hingga selesai.
2. Anton Binsar, S.Sos., M.Si., selaku Penguji Ahli yang telah memberikan ilmu dan wawasan, serta saran dan kritik yang membangun selama proses finalisasi laporan skripsi ini.
3. Nicky Stephani, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Sidang yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun untuk pengembangan laporan skripsi ini.
4. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan semangat untuk seluruh mahasiswa Komunikasi Strategis agar dapat mengerjakan laporan skripsi dengan baik.
5. Seluruh responden yang merupakan partisipan dalam *event* Pocari Sweat Run 2021 yang telah bersedia memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner untuk penelitian skripsi ini hingga rela ikut membantu menyebarkan kuesioner saya kepada teman pelari lainnya.

6. Seluruh komunitas lari yang telah bersedia membantu menyebarkan kuesioner saya di media sosial kepada teman pelari dan komunitas lari lainnya sehingga dapat memenuhi target responden.
7. Orang tua dan kedua kakak saya yang telah memberikan dukungan kepada saya melalui tindakan maupun doa, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
8. Cindy, Lyta dan Mikey, selaku *support system* saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya untuk segera menyelesaikan laporan skripsi ini serta bersedia selalu mendengar keluhan saya selama proses penyusunan laporan skripsi ini.
9. Saudara-saudara sepupu saya yang selalu menghibur dan menyemangati saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Serta untuk pihak-pihak lain yang belum disebutkan satu per satu tetapi selalu membantu saya dalam proses penyusunan skripsi. Saya berharap laporan skripsi ini dapat dijadikan referensi dan inspirasi, juga dapat dipahami dan dimengerti oleh pembaca. Saya memohon maaf apabila hasil laporan ini masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Tuhan Yesus selalu memberkati.

Tangerang, 5 Juli 2022



(Cynthia Caroline Yaury)

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH *EVENT MARKETING* POCARI SWEAT RUN 2021 TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT*

POCARI SWEAT

Cynthia Caroline Yaury

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini yaitu sebagai salah satu *brand* minuman isotonik yang unggul di Indonesia, Pocari Sweat berhasil beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat dan dampak yang besar dari pandemi Covid-19. Hal ini ditunjukkan dengan pelaksanaan *event* tahunan Pocari Sweat yang biasanya dilakukan secara *offline*, kini diselenggarakan secara *online*. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pocari Sweat yaitu *Event Marketing* dengan menyelenggarakan *online event* Pocari Sweat Run 2021. Oleh sebab itu, penelitian ini ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh dari *Event Marketing* Pocari Sweat Run 2021 oleh Pocari Sweat terhadap *Customer Engagement* dan seberapa besar pengaruh tersebut. **Metodologi** yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Kuesioner sebagai sarana survei dalam penelitian ini menggunakan *Google form* kemudian disebarakan kepada orang-orang dengan kriteria, mengetahui tentang Pocari Sweat Run 2021 dan pernah mengikuti acara Pocari Sweat Run 2021” secara virtual atau *online* dengan sampel sebanyak 201 responden. Teknik pengukuran data yang digunakan untuk menganalisis data yaitu Skala *Likert*. **Hasil penelitian** memperlihatkan bahwa variabel *Event Marketing* (X) memengaruhi variabel *Customer Engagement* (Y) sebesar 0,724 atau 72,4%. Sedangkan, sisa persentase yaitu sebesar 27,6% variabel *Customer Engagement* (Y) dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dibahas dan diketahui dalam penelitian ini. **Kesimpulan** dari penelitian ini yaitu *event marketing* Pocari Sweat Run 2021 memberikan pengaruh terhadap *customer engagement* Pocari Sweat.

Kata kunci: *Event Marketing, Online Event, Customer Engagement, Pocari Sweat.*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE IMPACT OF POCARI SWEAT RUN 2021 EVENT MARKETING ON POCARI SWEAT CUSTOMER ENGAGEMENT

Cynthia Caroline Yaury

ABSTRACT

The background of this study is as one of the leading isotonic drink brands in Indonesia, Pocari Sweat has successfully adapted to the rapid development of technology and the huge impact of the Covid-19 pandemic. This is shown by the implementation of the annual Pocari Sweat event, which is usually carried out offline, is now held online. One of the marketing strategies carried out by Pocari Sweat is Event Marketing by organizing the online event Pocari Sweat Run 2021. Therefore, this study wants to find out whether there is an influence from Event Marketing Pocari Sweat Run 2021 by Pocari Sweat on Customer Engagement and how much influence. ***The methodology*** used is quantitative method with explanatory research method. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling. The questionnaire as a survey tool in this study used Google form and then distributed to people with criteria, knowing about Pocari Sweat Run 2021 and having participated in the Pocari Sweat Run 2021 event virtually or online with a sample of 201 respondents. The data measurement technique used to analyze the data is the Likert Scale. ***The results*** showed that the Event Marketing variable (X) influenced the Customer Engagement variable (Y) by 0.724 or 72.4%. Meanwhile, the remaining percentage of 27.6% of the Customer Engagement variable (Y) is affected by other factors that are not discussed and known in this research. ***The conclusion*** of this study is that the Pocari Sweat Run 2021 marketing event has an influence on Pocari Sweat's customer engagement.

Keywords: Event Marketing, Online Event, Customer Engagement, Pocari Sweat.

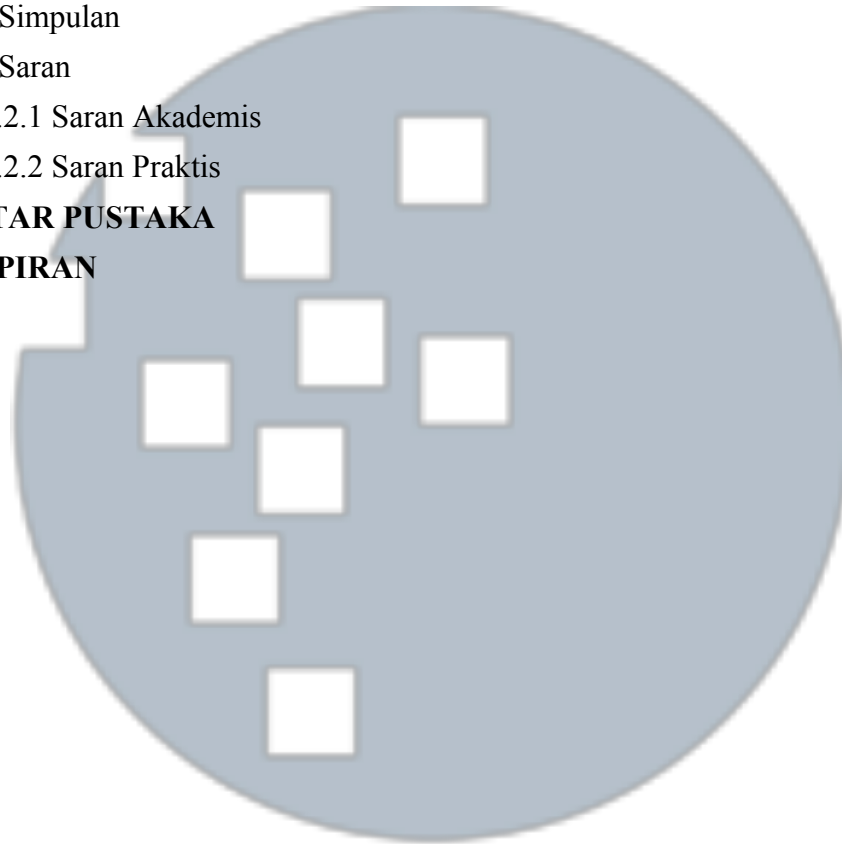
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (<i>English</i>)	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.5.3 Kegunaan Sosial	9
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	9
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Teori dan Konsep	14
2.2.1 <i>Event</i>	14
2.2.2 <i>Event Marketing</i>	15
2.2.3 <i>Online Event</i>	18
2.2.4 <i>Customer Engagement</i>	19
2.3 Hipotesis Teoritis (pertanyaan penelitian disesuaikan dengan metode penelitian)	22
2.4 Alur Penelitian	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian (Survei, Eksperimen, Analisis Isi)	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep	26
3.4.1 <i>Event Marketing</i> Pocari Sweat Run 2021	27
3.4.2 <i>Customer Engagement</i> Pocari Sweat	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas)	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.1.1 Uji Instrumen Validitas Data <i>Pre-Test</i>	32
3.6.2 Uji Reliabilitas	37
3.6.2.1 Uji Instrumen Reliabilitas Data <i>Pre-Test</i>	38
3.7 Teknik Analisis Data	38
3.7.1 Uji Normalitas	39
3.4.2 Uji Korelasi	39
3.4.4 Uji Regresi Linear Sederhana	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	41
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Identitas Responden	45
4.2.2 <i>Event Marketing</i> Pocari Sweat Run 2021	47
4.2.3 <i>Customer Engagement</i> Pocari Sweat	60
4.2.4 Uji Normalitas	66
4.2.5 Uji Korelasi	68
4.2.6 Uji Regresi Linear Sederhana	69
4.2.7 Uji Hipotesis	71
4.3 Pembahasan	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	81

5.1 Simpulan	81
5.2 Saran	82
5.2.1 Saran Akademis	82
5.2.2 Saran Praktis	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	86



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top <i>Brand Award</i> Minuman Isotonik Tahun 2016-2022	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2.2 Kerangka Penelitian	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Independen (X)	27
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Dependen (Y)	29
Tabel 3.3 Interpretasi Skala Likert	31
Tabel 3.4 Uji Validitas Data Variabel <i>Event Marketing</i> Pocari Sweat Run 2021 (Variabel X)	32
Tabel 3.5 Uji Validitas Data Variabel <i>Customer Engagement</i> Pocari Sweat (Variabel Y)	35
Tabel 3.6 Kriteria Reliabilitas	37
Tabel 3.7 Uji Instrumen Reliabilitas Data Pre-Test Variabel <i>Event Marketing</i> Pocari Sweat Run 2021 (Variabel X)	38
Tabel 3.8 Uji Instrumen Reliabilitas Data Pre-Test Variabel <i>Customer Engagement</i> Pocari Sweat (Variabel Y)	38
Tabel 3.9 Nilai Korelasi Pearson	39
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Rentang Usia	46
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Domisili	47
Tabel 4.4 Uji Deskriptif “ <i>Event Marketing</i> ”	48
Tabel 4.5 Dimensi <i>Entertainment</i> Subdimensi <i>Integrity</i>	48
Tabel 4.6 Dimensi <i>Entertainment</i> Subdimensi <i>Interaction</i>	50
Tabel 4.7 Dimensi <i>Excitement</i> Subdimensi <i>Involvement</i>	51
Tabel 4.8 Dimensi <i>Excitement</i> Subdimensi <i>Intensity</i>	53
Tabel 4.9 Dimensi <i>Excitement</i> Subdimensi <i>Immersion</i>	54
Tabel 4.10 Dimensi <i>Enterprise</i> Subdimensi <i>Innovation</i>	56
Tabel 4.11 Dimensi <i>Enterprise</i> Subdimensi <i>Individuality</i>	58
Tabel 4.12 Uji Deskriptif “ <i>Customer Engagement</i> ”	60
Tabel 4.13 Dimensi Kognitif Subdimensi <i>Absorption</i>	60
Tabel 4.14 Dimensi Emosional Subdimensi <i>Dedication</i>	62
Tabel 4.15 Dimensi Perilaku Subdimensi <i>Vigor</i>	63
Tabel 4.16 Dimensi Perilaku Subdimensi <i>Interaction</i>	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Dimensi	71

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Minuman Kemasan dengan Nilai Konsumen Tertinggi di Indonesia Tahun 2021	2
Gambar 1.2 Konten Instagram Pocari Sport untuk <i>Event</i> Pocari Sweat Run 2021	5
Gambar 3.1 Jumlah Pengambilan Sampel Malhotra	26
Gambar 4.1 Logo Pocari Sweat	42
Gambar 4.2 Konten Instagram <i>Event</i> Pocari Sweat Run 2021	43
Gambar 4.3 Konten Instagram <i>Event</i> Pocari Sweat Run 2021	43
Gambar 4.4 Konten Instagram <i>Event</i> Pocari Sweat Run 2021	44
Gambar 4.5 Grafik Histogram Uji Normalitas	66
Gambar 4.6 Hasil Plot Uji Normalitas	67
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	67
Gambar 4.8 Hasil Uji Korelasi	68
Gambar 4.9 Hasil Uji Anova	69
Gambar 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	69
Gambar 4.11 Hasil Uji Koefisien	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Daftar Pertanyaan	86
Lampiran B <i>Screenshot</i> Google Form	98
Lampiran C Hasil Tabulasi Data	105
Lampiran D Identitas Responden	126
Lampiran E Materi Komunikasi Promosi Pocari Sweat Run 2021	133
Lampiran F Formulir Konsultasi	135
Lampiran G Persentase Plagiarisme (Turnitin)	137
Lampiran H <i>Curriculum Vitae</i> (CV)	138

