

**STRATEGI EVENT MANAGEMENT KOMPASFEST 2022
DALAM UPAYA MENDEKATKAN BRAND HARIAN
KOMPAS KEPADA AUDIENS GENERASI Z**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Desmonda Kalonica

00000036318

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

**STRATEGI EVENT MANAGEMENT KOMPASFEST 2022
DALAM UPAYA MENDEKATKAN BRAND HARIAN
KOMPAS KEPADA AUDIENS GENERASI Z**



Skripsi

Desmonda Kalonica

0000036318

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

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Desmonda Kalonica

Nomor Induk Mahasiswa 00000036318

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

STRATEGI EVENT MANAGEMENT KOMPASFEST 2022 DALAM UPAYA MENDEKATKAN BRAND HARIAN KOMPAS KEPADA AUDIENS GENERASI Z

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,



(Desmonda Kalonica)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
Strategi Event Management Kompasfest 2022 dalam Upaya Mendekatkan Brand
Harian Kompas kepada Audiens Generasi Z

Oleh

Nama : Desmonda Kalonica
NIM : 00000036318
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 27 Juni 2023
Pukul 10.30 s.d 11.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



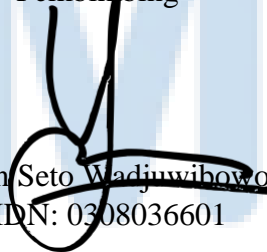
Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.
NIDN: 0318118203

Penguji



Vega Karina Andira Putri, S.Sos, M.Si.
NIDN: 0307128703

Pembimbing



Dr. Indiwani Seto Wadijwihowo M.Si
NIDN: 0308036601

Ketua Program Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2023.07.14
16:04:34 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos, M.Si
NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Desmonda Kalonica

NIM : 00000036318

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

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

STRATEGI EVENT MANAGEMENT KOMPASFEST 2022 DALAM UPAYA MENDEKATKAN BRAND HARIAN KOMPAS KEPADA AUDIENS GENERASI Z

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 skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 10 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Desmonda Kalonica)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul: **STRATEGI EVENT MANAGEMENT KOMPASFEST 2022 DALAM UPAYA MENDEKATKAN BRAND HARIAN KOMPAS KEPADA AUDIENS GENERASI Z**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

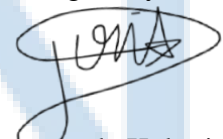
1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Keuangan UMN, serta Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si., selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi saya dengan banyaknya cobaan ditengah proses berjalan.
5. Agus Kustiwa, S.Sos, M.Si selaku Ketua Sidang dan Vega Karina Andira Putri, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran-saran dan membantu agar skripsi saya lebih baik lagi.
6. Kepada Papa dan Mama yang selalu memberi dukungan serta doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, serta Chiyo yang selalu memberikan semangat bagi peneliti.

7. Kepada Stefanus Renaldo Putra Frera Lukito yang selalu menemani saya, mendukung, memberi semangat, tempat mencurahkan emosi, dan tempat bertukar pikiran selama saya menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Mas David Kurnia Chandra, Mas Novi Rianto, dan Kak Dion Maulana yang sudah bersedia menjadi narasumber dari penelitian ini.
9. Kepada Harian Kompas yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian ini dan seluruh pihak yang terlibat dalam melancarkan perizinan penelitian.
8. Kepada Bianda Ajriyani dan Jovita Christie yang sudah berjuang bersama hampir setiap harinya untuk berusaha semaksimal mungkin menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
9. Kepada Amanda Nirel dan Jonathan Nitisanjaya yang sudah memberikan arahan dan tempat bertukar pikiran dalam pembuatan skripsi ini.
10. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, and for just being me at all times.*

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 10 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Desmonda Kalonica)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**STRATEGI *EVENT MANAGEMENT* KOMPASFEST 2022
DALAM UPAYA MENDEKATKAN BRAND HARIAN
KOMPAS KEPADA AUDIENS GENERASI Z**

Desmonda Kalonica

00000036318

ABSTRAK

Event merupakan acara yang diselenggarakan oleh organisasi atau perusahaan untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan citra perusahaan. Penelitian ini diambil atas ketertarikan untuk meneliti dan mendalami strategi *event management* dalam suatu *event* yang dibuat oleh sebuah perusahaan. Industri *event* terus berkembang dengan pesat dan berdampak signifikan. Melalui penelitian strategi *event management*, diharapkan pemahaman terhadap tren terbaru, praktik terbaik, dan inovasi dalam industri ini. Penelitian ini menggunakan konsep *event management* Goldblatt (2013) dan konsep pendukung *corporate reputation* Fombrun dalam Ardianto (2016). Laporan ini menggunakan paradigma *post positivisme* dengan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif untuk menggambarkan strategi *event management* pada suatu *event*, menemukan fakta dalam peningkatan *corporate reputation*. Metode dalam penelitian ini menggunakan studi kasus. Menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Penelitian ini menggunakan teknik analisis perbandingan pola dan teknik keabsahan data *internal validity*. Harian Kompas telah melakukan *research* terhadap target audiensnya yaitu anak muda, sehingga mengenai apa yang mereka butuhkan dan mereka gemari saat ini. Selanjutnya perusahaan melakukan *brainstorming* untuk menentukan rencana dan *planning event* yang cocok bagi target audiens. Setelah seluruh pembicara dan konten sudah dikurasi, Kompasfest 2022 melakukan koordinasi dengan pihak-pihak yang membantu berjalannya *event* ini. Setelah *event* dijalankan, tidak lupa juga perusahaan melakukan evaluasi untuk menilai baik dan buruknya *event* Kompasfest 2022. Pada akhirnya, penelitian ini mengungkap *strategi event management* Kompasfest 2022 dalam meningkatkan *corporate reputation* Harian Kompas.

Kata kunci: *strategi event, event management, corporate reputation*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**EVENT MANAGEMENT STRATEGIES OF KOMPASFEST 2022
TO GET THE KOMPAS DAILY BRAND CLOSER TO
GENERATION Z AUDIENCE**

Desmonda Kalonica

00000036318

ABSTRACT

Events are organized by organizations or companies to build brand awareness and enhance corporate reputation. Researchers are interested in exploring and studying event management strategies within a company's event. The event industry is rapidly evolving and has a significant impact. Through research on event management strategies, the researcher aims to understand the latest trends, best practices, and innovations in this industry. This research uses Goldblatt's (2013) event management concept and Fombrun's corporate reputation concept as supported by Ardianto (2016). The researcher adopts a post-positivism paradigm with qualitative research design. This study is descriptive in nature, aiming to depict the event management strategies in an event and discover facts related to enhancing corporate reputation. The research method employed in this study is a case study. Data is collected through interviews, observations, and document analysis. Pattern matching analysis and internal validity techniques are used for data analysis. Kompas Daily has conducted research on its target audience, namely young people, to understand their needs and preferences. Subsequently, the company engages in brainstorming to determine suitable event plans and strategies for the target audience. Once all the speakers and content are curated, Kompasfest 2022 coordinates with relevant stakeholders to ensure the smooth running of the event. After the event concludes, the company conducts evaluations to assess the strengths and weaknesses of Kompasfest 2022. Ultimately, this research reveals the event management strategies of Kompasfest 2022 in enhancing the corporate reputation of Kompas Daily.

Keywords: *event strategies, event management, corporate reputation*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

STRATEGI EVENT MANAGEMENT KOMPASFEST 2022 DALAM UPAYA MENDEKATKAN BRAND HARIAN KOMPAS KEPADA AUDIENS GENERASI Z	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Kegunaan Penelitian	7
1.5.1. Kegunaan Akademis	7
1.5.2. Kegunaan Praktis	7
1.5.3. Kegunaan Sosial	8
1.5.4. Keterbatasan Penelitian.....	8
BAB II	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Konsep yang Digunakan.....	12
2.2.1. <i>Event management</i>	12
2.3. Alur Penelitian.....	18
BAB III.....	20
3.1 Paradigma Penelitian	20
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	21

3.3 Metode Penelitian	21
3.4 Partisipan dan Informan	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	23
3.6 Keabsahan Data	24
3.7 Teknik Analisis Data	26
BAB IV	27
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	27
4.1.1 Subjek Penelitian	27
4.1.2 Objek Penelitian	28
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 <i>Research</i> yang dilakukan pada <i>event</i> Kompasfest 2022	34
4.2.2 <i>Design</i> yang dilakukan pada <i>event</i> Kompasfest 2022	41
4.2.3 <i>Planning</i> yang dilakukan pada <i>event</i> Kompasfest 2022	48
4.2.4 <i>Coordination</i> yang dilakukan pada <i>event</i> Kompasfest 2022	51
4.2.5 <i>Evaluation</i> yang dilakukan pada <i>event</i> Kompasfest 2022	56
4.3 Pembahasan	58
4.3.1 <i>Event Management</i>	60
BAB V	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
5.2.1 Saran Akademis	78
5.2.2 Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	83

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. 2. Alur Penelitian	19



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Data Digital Media Lanscape	3
Gambar 1. 2 Data Pengguna Media Konvensional di Indonesia.....	4
Gambar 1. 3. Conference Kompasfest 2022.....	5
Gambar 1. 4. Performance Kompasfest 2022.....	6
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Harian Kompas	29
Gambar 4. 2. Opening Main <i>Event</i> Kompasfest 2022.....	30
Gambar 4. 3. Kegiatan Pre- <i>Event</i> Kompasfest <i>Guerilla Marketing</i>	31
Gambar 4. 4. Sesi Conference Kompasfest 2022 Bersama 3 Gubernur (Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, Ridwan Kamil).....	32
Gambar 4. 5. Suasana Sesi Klass Daring Kompasfest 2022	32
Gambar 4. 6. Sesi Conference Kompasfest 2022 Bersama Erick Tohir	33
Gambar 4. 7. Suasana Sesi Klass Luring Kompasfest 2022.....	33
Gambar 4. 8. Rundown Kompasfest 2022 Day 1 dan Day 2 yang Telah Diperbarui	56
Gambar 4. 9. Audiens Kompasfest 2022 Pada Saat Mengikuti Conference di M Bloc Space.....	75
Gambar 4. 10. Peneliti dan Rekan Sebayanya Bersama Dengan Spaceguide.....	74

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Form Bimbingan Skripsi	83
Lampiran 2: Bukti Bimbingan Skripsi	85
Lampiran 3: Daftar Pertanyaan Wawancara	87
Lampiran 4: Transkrip Wawancara.....	91
Lampiran 5: Dokumentasi Wawancara	132
Lampiran 6: Dokumentasi Sidang Skripsi.....	134
Lampiran 7: Lembar Pengecekan Plagiarm Turnitin	135
Lampiran 8: Curriculum Vitae Peneliti	142
Lampiran 9. Curriculum Vitae Narasumber	145

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA