

**STRATEGI EVENT MANAGEMENT  
SEA TODAY RUN 2022 DALAM MEMBANGUN  
BRAND AWARENESS SEA TODAY**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**FELIX EZRANDA CHRISTY**

**0000026193**

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

**2023**

**STRATEGI EVENT MANAGEMENT  
SEA TODAY RUN 2022 DALAM MEMBANGUN  
BRAND AWARENESS SEA TODAY**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Felix Ezranda Christy**

**0000026193**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Felix Ezranda Christy

Nomor Induk Mahasiswa **00000026193**

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan magang dengan judul:

### **STRATEGI EVENT MANAGEMENT SEA TODAY RUN 2022 DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SEA TODAY**

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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 28 November 2023



UMM  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Felix Ezranda Christy

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **Strategi Event Management SEA Today Run 2022 Dalam Membangun Brand Awareness SEA Today**

Oleh

Nama : Felix Ezranda Christy

NIM : 00000026193

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 18 Desember 2023

Pukul 08.30 s.d 09.45 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally signed by

Fakhriy Dinansyah

Date: 2024.01.07

17:16:25 +07'00'

Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M.

0304039001

Penguji



Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si

0307128703

Pembimbing



Digitally signed by Lolita

Lavietha

Date: 2024.01.08 11:33:54

+07'00'

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.

0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky

Anugrah Bangun

2024.01.08

16:46:36 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

0304078404

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Felix Ezranda Christy  
NIM : 00000026193  
Program Studi : Komunikasi Strategis  
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 SEA Today Run 2022 Dalam Membangun Brand Awareness SEA Today**

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, 28 November 2023

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Felix Ezranda Christy

## KATA PENGANTAR

Peneliti sangat bersyukur atas anugerah dan berkat oleh Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan karunia untuk menyelesaikan karya penulisan skripsi kajian dengan judul “Strategi *Event Management* SEA Today Run 2022 Dalam Membangun *Brand Awareness* SEA Today”. Skripsi ini dibentuk untuk memahami pentingnya manajemen sebuah *event* yang dapat menghasilkan hasil yang baik. Selama menjalani proses penulisan skripsi ini, banyak sekali bantuan dan dukungan yang datang dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, peneliti hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara, yang sudah memberikan arahan serta penilaian terhadap skripsi peneliti
4. Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku pembimbing utama yang memberikan waktu, bimbingan, dukungan dan motivasi selama berjalannya proses penulisan skripsi.
5. Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si. dan Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M. selaku penguji dan ketua sidang dalam sidang skripsi yang sudah memberikan tanggapan serta komentar yang membangun dalam memperbaiki lagi penelitian ini.
6. Dian Atmodjo, Alif Hudanto, dan Danti Dewanti selaku narasumber yang sudah mau menyempatkan diri untuk melakukan proses wawancara mendalam untuk mendukung berjalannya penelitian ini.
7. Kedua orang tua peneliti, Endragunawan dan Sriwanniawati Susanto serta saudara perempuan peneliti, Firdhy Esterina Christy yang tidak pernah lelah memberikan cinta kasih, dukungan, dan motivasi.
8. Teman dan sahabat peneliti, Joshua Steven Yawan, Daffa Ambadar, Farrell Nathaniel, Alvin Haliyan, serta teman lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas semua dukungan yang telah diberikan baik secara moral maupun material

Semoga laporan magang ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun inspirasi bagi para pembacanya.

Tangerang, 28 November 2023



Felix Ezranda Christy



# **STRATEGI EVENT MANAGEMENT SEA TODAY RUN 2022 DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SEA TODAY**

Felix Ezranda Christy

## **ABSTRAK**

SEA Today adalah sebuah kanal berita berbahasa Inggris yang resmi berdiri pada 28 Oktober 2020 dibawah naungan dari PT Telkom Indonesia dan juga Kementerian BUMN. SEA Today, baru saja bergabung dengan industri pertelevisian di Indonesia dan membutuhkan kesadaran merek untuk mencatatkan eksistensi mereka di mata masyarakat Indonesia. Salah satu strategi komunikasi pemasaran yang paling sering digunakan untuk meraih kesadaran merek oleh beberapa pelaku bisnis adalah acara spesial. Oleh karena itu, pada 4 Desember 2022 kemarin, SEA Today menggelar acara spesial bernama SEA Today Run 2022. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan acara SEA Today Run 2022 dalam membangun kesadaran merek SEA Today. Paradigma post-positivisme dan penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan, serta menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam bersama 3 partisipan yang terlibat secara langsung dalam proses pengelolaan acara SEA Today Run 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari proses pengelolaan acara SEA Today Run 2022 yang sudah dilakukan, dapat dikatakan acara ini sudah berhasil dalam membangun kesadaran merek dari SEA Today melalui proses pengelolaan acara yang baik dan efektif.

Kata kunci: *Event Management, SEA Today, Brand Awareness*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# SEA TODAY RUN 2022 EVENT MANGEMENT IN BUILDING SEA TODAY BRAND AWARENESS

Felix Ezranda Christy

## ABSTRACT

*SEA Today is an English-language news channel that was officially established on October 28, 2020, under the auspices of PT Telkom Indonesia and the Ministry of State-Owned Enterprises (BUMN). SEA Today, which can be considered a newcomer to the Indonesian television industry, aims to boost its brand awareness and establish its presence among the Indonesian populace. One of the most commonly utilized marketing communication strategies to achieve brand awareness by various businesses is through special events. Therefore, on December 4, 2022, SEA Today organized a special event called SEA Today Run 2022. This research aims to understand the event management strategy of SEA Today Run 2022 in enhancing SEA Today's brand awareness. The post-positivism paradigm and qualitative descriptive research are the types of research used, employing a case study method. Data collection techniques involved in-depth interviews with three participants directly involved in the management process of SEA Today Run 2022. The research findings indicate that from the conducted management process of SEA Today Run 2022, the success of this event can be said to have influenced the increase in brand awareness of SEA Today itself.*

Keywords: *Event Management, SEA Today, Brand Awareness*





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
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
1.6 Keterbatasan Penelitian.....	8
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Teori Atau Konsep Yang Digunakan.....	14
2.2.1 Marketing Communication.....	14
2.2.2 Special Event .....	15
2.2.3 <i>Brand Awareness</i> .....	36
2.3 Alur Penelitian .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>38</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	38
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian .....	39
3.3 Metode Penelitian .....	40
3.4 Partisipan dan Informan.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6 Keabsahan Data .....	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>45</b>
4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	45
4.2 Hasil Penelitian .....	47
4.2.1 Tahap Getting Started and Objectives SEA Today Run 2022 .....	48

4.2.2 Tahap Planning SEA Today Run 2022 .....	52
4.2.3 Tahap Organizing and Preparing SEA Today Run 2022 .....	61
4.2.4 Tahap Implementing SEA Today Run 2022 .....	64
4.2.5 Tahap Divestment / Legacy SEA Today Run 2022 .....	66
4.2.6 Peningkatan Brand Awareness SEA Today .....	67
4.3. Pembahasan .....	69
4.3.1 Tahap Getting Started and Objectives SEA Today Run 2022 .....	69
4.3.2 Tahap Planning SEA Today Run 2022 .....	72
4.3.3 Tahap Organizing and Preparing SEA Today Run 2022 .....	75
4.3.4 Tahap Implementing SEA Today Run 2022 .....	76
4.3.5 Tahap Divestment / Legacy SEA Today Run 2022 .....	77
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran .....	81
5.2.1 Saran Akademis .....	81
5.2.2 Saran Praktis .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>85</b>



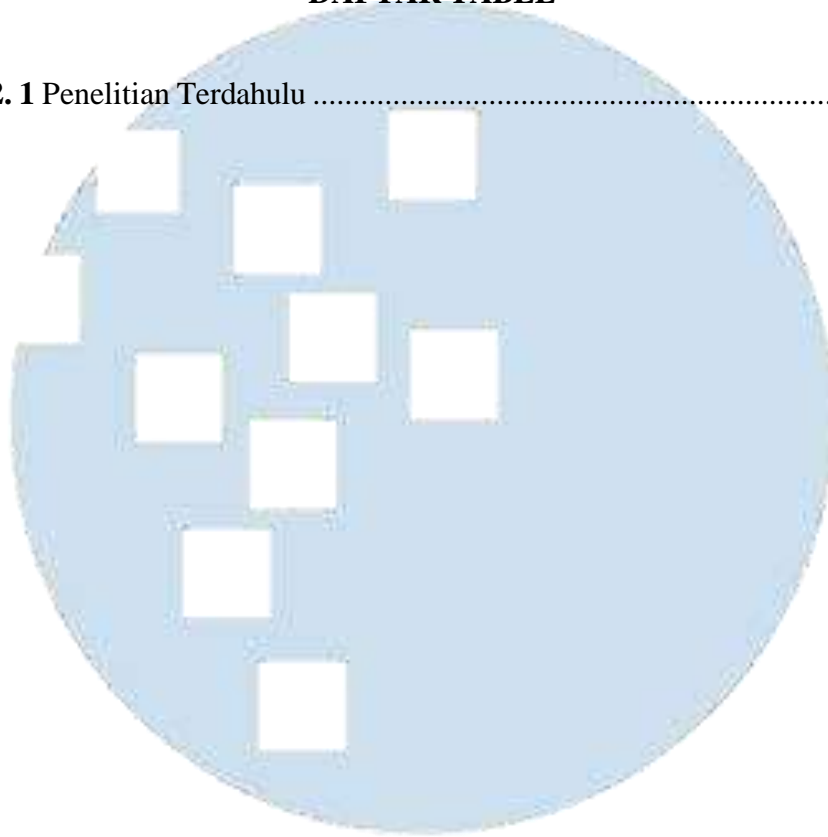
## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b>	Peresmian SEA Today Oleh Ketua Kementerian BUMN Indonesia.	2
<b>Gambar 1.2</b>	Infografis Pengguna Internet Di Indonesia .....	3
<b>Gambar 1.3</b>	Waktu Rata-rata Penggunaan Internet per Hari di Indonesia .....	4
<b>Gambar 1.4</b>	Suasana Event SEA Today Run 2022 .....	6
<b>Gambar 2.1</b>	Tabel Proses Pengelolaan Special Event .....	17
<b>Gambar 2.2</b>	Kegiatan Koordinator Event di Hari-H Event .....	34
<b>Gambar 2.3</b>	Tabel Informasi yang Dibutuhkan dalam Melakukan Evaluasi .....	35
<b>Gambar 2.4</b>	Alur Penelitian .....	37
<b>Gambar 3.1</b>	Logo SEA Today .....	45
<b>Gambar 3.2</b>	Logo SEA Today Run .....	47



**DAFTAR TABEL**

**Tabel 2. 1** Penelitian Terdahulu .....9



**UMN**

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**