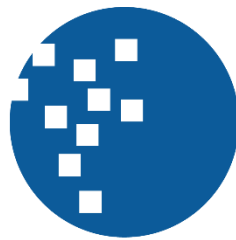


**ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN PADA *EVENT*  
“PUYO GOES TO SCHOOL” DALAM UPAYA PENYEBARAN  
KESADARAN MEREK (STUDI KASUS KOMUNIKASI  
PEMASARAN PADA *EVENT* “PUYO GOES TO SCHOOL”  
PERIODE TAHUN 2019)**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**Graciella Olivia Widjaja**

**00000045130**

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

**2024**

**ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN PADA *EVENT*  
“PUYO GOES TO SCHOOL” DALAM UPAYA PENYEBARAN  
KESADARAN MEREK (STUDI KASUS KOMUNIKASI  
PEMASARAN PADA *EVENT* “PUYO GOES TO SCHOOL”  
PERIODE TAHUN 2019)**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Graciella Olivia Widjaja**

**00000045130**

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

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Graciella Olivia Widjaja  
NIM : 00000045130  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul: “Analisis Komunikasi Pemasaran pada *Event* “Puyo Goes to School” dalam Upaya Penyebaran Kesadaran Merek (Studi Kasus Komunikasi Pemasaran pada *Event* “Puyo Goes to School” Periode Tahun 2019)” merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 03/06/2024



Handwritten signature of Graciella Olivia Widjaja.

(Graciella Olivia Widjaja)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Analisis Komunikasi Pemasaran Pada *Event* “Puyo Goes to School” Dalam Upaya Penyebaran Kesadaran Merek (Studi Kasus Komunikasi Pemasaran pada *Event* “Puyo Goes to School” Periode Tahun 2019)**

Oleh

Nama : Graciella Olivia Widjaja

NIM : 00000045130

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 14 Juni 2024

Pukul 10.30 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally signed  
by Anton Binsar  
Date: 2024.06.27  
16:24:00 +07'00'

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

**NIDN 0309027705**

Penguji

**Silvanus**

Digitally signed  
by Silvanus Alvin

**Alvin**

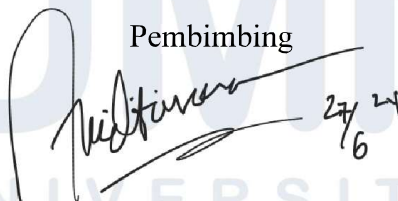
Date: 2024.06.27

15:36:39 +07'00'

**Silvanus Alvin, S. I. Kom., M.A.**

**NIDN 0309109001**

Pembimbing



**Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn.**

**NIDN 0313068201**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**

**NIDN 0304078404**

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Graciella Olivia Widjaja  
NIM : 00000045130  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Analisis Komunikasi Pemasaran Pada *Event*  
“Puyo Goes to School” Dalam Upaya Penyebaran Kesadaran Merek (Studi Kasus  
Komunikasi Pemasaran pada *Event* “Puyo Goes to School” Periode Tahun 2019)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 3 Juni 2024



Graciella Olivia Widjaja

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas berkat dan kasih karunia Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan-Nya dalam melakukan penelitian hingga penyelesaian laporan akhir skripsi dengan judul:

**Analisis Komunikasi Pemasaran Pada *Event* “Puyo Goes to School” Dalam Upaya Penyebaran Kesadaran Merek (Studi Kasus Komunikasi Pemasaran pada *Event* “Puyo Goes to School” Periode Tahun 2019)**

yang dituntaskan guna melakukan pemenuhan persyaratan kelulusan dengan gelar Sarjana S1 Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Saya selaku penulis sadar secara penuh bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah membantu selama proses penelitian, penyusunan skripsi, membimbing dalam seluruh proses penyusunan skripsi, hingga berujung pada penuntasan akhir. Oleh sebab itu, saya ingin menyampaikan ucapan syukur dan bentuk terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, pemahaman, dan motivasi atas terselesaikannya tugas akhir ini di tengah berbagai kendala yang sempat dialami.
5. Silvanus Alvin, S. I. Kom., M.A. sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dengan sabar untuk melakukan penyelesaian skripsi dengan beberapa catatan yang perlu direvisi.
6. Bapak Anton Binsar, S.Sos.,M.Si sebagai Ketua Sidang yang telah memberikan arahan dengan sabar untuk melakukan penyelesaian skripsi dengan beberapa catatan yang perlu direvisi.
7. Mama, Papa, serta kedua adikku, yakni Vila, dan Nadine, yang sudah senantiasa mendukung saya sepanjang penyelesaian pendidikan, sedari kecil, hingga saat ini. Selain itu, terima kasih juga selalu memberikan kasih sayang dan kehangatan. Terima kasih untuk seluruh dukungan baik secara jasmani maupun lainnya.

Mohon maaf kalau masih ada hal yang mungkin mengecewakan. Mama, Papa, dan adik-adik selalu jadi alasan utama untuk saya bisa menyelesaikan pendidikan ini.

8. Kak Eugenie Patricia Agus selaku *Co-Founder* dan *Creative Director* dari Puyo Group, terima kasih karena telah memberikan saya kesempatan untuk melakukan penelitian dalam *brand* Puyo Desserts, terlebih khusus *event* Puyo Goes to School. Terima kasih juga karena bersedia memberikan waktunya pada sesi wawancara dan menjawab beberapa pertanyaan yang diperlukan untuk penuntasan skripsi ini.
9. Kak Sarah Juwita selaku *Marketing Manager* dari Puyo Desserts, terima kasih atas kesediaannya memberikan jawaban pada sesi wawancara. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih atas dukungan moral yang diberikan selama penuntasan skripsi ini.
10. Kak Denara Terily selaku *Assistant Marketing Manager*, terima kasih banyak telah memberikan kesediaan dan waktunya dalam sesi wawancara. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih karena telah memberikan dukungan moral sepanjang pengerjaan skripsi ini.
11. Kak Annisa Aulia Azmi, saya mengucapkan terima kasih karena telah bersedia memberikan waktunya selama sesi wawancara dan memberikan jawaban yang berkaitan dengan *event* di 2019.
12. Kak Vega Karina Andira Putri selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah *Special Event*, terima kasih atas kesediaan dan waktunya untuk menjawab beberapa pertanyaan pada sesi wawancara. Terima kasih telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi saya.
13. Ibu Octaviana Hermansjah selaku Kepala Sekolah SD Kristen Tiara Kasih, terima kasih karena telah memberikan saya kesempatan untuk bertanya seputar anak-anak, saya juga diberikan kesempatan untuk mengunjungi langsung ke sekolah. Terima kasih juga karena sudah didukung dalam pengerjaan skripsi ini.
14. Alya Herolina dan Tricia Amadea selaku rekan kerja dan kawan saya, terima kasih banyak selalu melakukan dukungan selama proses pengerjaan skripsi ini.
15. *Marketing Team* dari Puyo Desserts, terima kasih karena telah memberikan berbagai dukungan moral selama saya melakukan pengerjaan skripsi.

16. Stanley Harlem Hadi, terima kasih sudah memberikan berbagai dukungan moral dan meyakinkan saya untuk terus menyelesaikan skripsi ini hingga titik terakhir. Terima kasih telah menemani selama pengerjaan skripsi ini.
17. Akiko Cristabella Josya, terima kasih telah memberikan dukungan moral selama pengerjaan skripsi ini, serta meyakinkan saya untuk dapat menyelesaikannya. Terima kasih sudah menjadi kawan yang suportif sepanjang saya mengenal Akiko dari semester 4.
18. Kelompok pertemanan saya semasa kuliah, yakni Stephanie Amelia Wijaya, Cindy Areta, dan Vanessa, terima kasih sudah mendukung saya selama pengerjaan skripsi dan tidak hentinya memberikan saya keyakinan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Terima kasih sudah menjadi kawan saya yang selalu ada sejak semester awal dan semester akhir perkuliahan.
19. Kelompok pertemanan saya sedari SMP, yakni Adelheid Charissa, Nathalia Halim, dan Karen Aprilia, terima kasih selalu memberikan dukungan dan percaya dengan saya. Terima kasih sudah memberikan pengertian bahwa dalam beberapa saat, mungkin kita belum bisa berjumpa.
20. Terakhir, untuk saya pribadi, Graciella Olivia Widjaja atau Lala, selaku anak pertama dari keluarga, terima kasih sudah bersedia melawan diri sendiri, memahami keadaan di sekitar dan mampu bertahan sampai sejauh ini. Tidak henti-hentinya, saya berterima kasih kepada diri sendiri karena telah menyelesaikan skripsi ini, yang semoga bisa membawa saya pada kelulusan. Sedikit lagi, ya, La. Sehabis itu, kita selesaikan dan kejar berbagai impian di kepala ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi berkat dan manfaat bagi berbagai penelitian setelahnya. Bisa menjadi landasan ataupun referensi bacaan yang bermanfaat bagi perusahaan maupun dari sisi akademik.

Tangerang, 3 Juni 2024



Graciella Olivia Widjaja



# **Analisis Komunikasi Pemasaran Pada *Event* “Puyo Goes to School” Dalam Upaya Penyebaran Kesadaran Merek (Studi Kasus Komunikasi Pemasaran pada *Event* “Puyo Goes to School” Periode Tahun 2019)**

Graciella Olivia Widjaja

## **ABSTRAK**

Maraknya industri makanan dan minuman mengharuskan setiap perusahaan untuk terus mempertahankan eksistensinya. Puyo Desserts sebagai merek yang menyediakan produk makanan penutup, melakukan upaya komunikasi pemasaran dalam bentuk *event* Puyo Goes to School sejak 2019. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran merek, tetapi sempat terhenti akibat pandemic Covid-19. Puyo Goes to School kembali dijalankan pada 2023. Penelitian ini dilakukan untuk melihat cara perusahaan dalam melakukan komunikasi pemasaran melalui sebuah *event* dalam mengupayakan kesadaran merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi non-partisipan dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan pada *event* Puyo Goes to School menimbulkan antusiasme yang besar di kalangan Generasi Alfa sebagai audiensnya. Selain itu, *event* Puyo Goes to School di 2019 terbilang cukup baik sehingga komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Puyo Desserts dapat tersampaikan sesuai objektif dari perusahaan.

**Kata kunci:** Komunikasi Pemasaran, *Event*, Puyo Goes to School

***Analysis of Marketing Communication at the “Puyo Goes to School” Event to Spread Brand Awareness (Case Study of Marketing Communication at the “Puyo Goes to School” Event in 2019 Period)***

Graciella Olivia Widjaja

***ABSTRACT***

*The rise of the food and beverage industry requires every company to maintain its existence. Puyo Desserts, a brand that provides dessert products, has been marketing communication efforts in the form of the Puyo Goes to School event since 2019. This activity was carried out to increase brand awareness but was stopped due to the Covid-19 pandemic. Puyo Goes to School will run again in 2023. This research was conducted to see how companies carry out marketing communications through events to increase brand awareness. This research uses a descriptive qualitative approach with a case study method. Data collection was carried out using non-participant observation and interviews. The research results show that the marketing communications carried out at the Puyo Goes to School event generated great enthusiasm among the alpha generation as the audience. Apart from that, the Puyo Goes to School event in 2019 was quite good so that the marketing communications carried out by Puyo Desserts could be delivered according to the company's objectives.*

***Keywords:*** *Marketing Communication, Event, Puyo Goes to School*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Kegunaan penelitian .....	7
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	7
1.5.3 Kegunaan Sosial .....	7
<b>BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP</b> .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan .....	16
2.3 Alur Penelitian .....	23
<b>BAB III</b> .....	25
3.1 Paradigma Penelitian .....	25
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian .....	26
3.3 Metode Penelitian .....	27
3.4 Informan Penelitian .....	28
3.4.1 Informan Kunci .....	29
3.4.2 Informan Pendukung .....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	31

3.6	Keabsahan Data.....	32
3.7	Teknik Analisis Data.....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>34</b>
4.1	Subjek dan Objek Penelitian .....	34
4.2	Hasil Penelitian.....	40
4.2.1	Penjabaran Komunikasi Pemasaran.....	41
4.2.1.1	Komunikasi.....	41
4.2.1.2	Komunikasi Pemasaran.....	42
4.2.1.3	Kesadaran Merek .....	48
4.2.1.4	Komunikasi <i>Word of Mouth</i> .....	51
4.2.2	<i>Event</i> .....	52
4.3	Pembahasan.....	70
4.3.1	Penjabaran Komunikasi Pemasaran.....	70
4.3.1.1	Komunikasi.....	70
4.3.1.2	Komunikasi Pemasaran.....	70
4.3.1.3	Kesadaran Merek .....	71
4.3.1.4	Komunikasi <i>Word of Mouth</i> .....	72
4.3.2	<i>Event</i> .....	73
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>76</b>
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Saran.....	76
5.2.1	Saran Akademis.....	77
5.2.2	Saran Praktis .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Tabel Penelitian Terdahulu.....	122
---	-----



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Preferensi merek setiap generasi.....	3
<b>Gambar 1. 2</b> Gerai Puyo Desserts .....	4
<b>Gambar 1. 3</b> Unggahan konten Instagram Puyo Desserts.....	5
<b>Gambar 2.2.1.3 1</b> Tahapan jalur pelanggan 5A .....	19
<b>Gambar 2.3 1</b> Skema alur penelitian .....	23
<b>Gambar 4.1.2.1</b> Logo Perusahaan Puyo Desserts .....	37
<b>Gambar 4.1.2. 2</b> Kumpulan konten Puyo Desserts di Instagram tahun 2019.....	38
<b>Gambar 4.1.2. 3</b> Kumpulan konten Puyo Desserts pada berbagai event di 2019 .....	38
<b>Gambar 4.1.2. 4</b> Keseruan acara Puyo Goes to School .....	39
<b>Gambar 6.1. 1</b> Foto bersama Eugenie Patricia.....	174
<b>Gambar 6.1. 2</b> Foto bersama Sarah Juwita .....	174
<b>Gambar 6.1. 3</b> Foto bersama Denara Terily .....	175
<b>Gambar 6.1. 4</b> Foto bersama Annisa Aulia Azmi .....	175
<b>Gambar 6.1. 5</b> Foto bersama Octaviana Hermansjah .....	176
<b>Gambar 6.1. 6</b> Foto bersama Vega Karina Andira Putri .....	176



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1. 1</b>	Formulir Konsultasi Skripsi.....	81
<b>Lampiran 2. 1</b>	Surat Pengajuan Penelitian Puyo Desserts dari Kampus .....	83
<b>Lampiran 2. 2</b>	Surat Pengajuan Penelitian SD Kristen Tiara Kasih dari Kampus .....	84
<b>Lampiran 3. 1</b>	Surat Rekomendasi Perizinan Penelitian dari Puyo Desserts .....	85
<b>Lampiran 3. 2</b>	Surat Rekomendasi Perizinan Penelitian dari SDK Tiara Kasih.....	86
<b>Lampiran 4. 1</b>	Pertanyaan Wawancara Informan Eugenie Patricia Agus.....	87
<b>Lampiran 4. 2</b>	Pertanyaan Wawancara Informan Sarah Juwita.....	88
<b>Lampiran 4. 3</b>	Pertanyaan Wawancara Informan Denara Terily .....	89
<b>Lampiran 4. 4</b>	Pertanyaan Wawancara Informan Annisa Aulia Azmi .....	90
<b>Lampiran 4. 5</b>	Pertanyaan Wawancara Informan Vega Karina Andira Putri.....	91
<b>Lampiran 4. 6</b>	Pertanyaan Wawancara Informan Octaviana Hermansjah .....	92
<b>Lampiran 5. 1</b>	Transkrip Wawancara Eugenie Patricia (Puyo Desserts).....	93
<b>Lampiran 5. 2</b>	Transkrip Wawancara Sarah Juwita (Puyo Desserts).....	103
<b>Lampiran 5. 3</b>	Transkrip Wawancara Informan Denara Terily (Puyo Desserts).....	121
<b>Lampiran 5. 4</b>	Transkrip Wawancara Annisa Aulia Azmi (Ex Puyo Desserts) .....	141
<b>Lampiran 5. 5</b>	Transkrip Wawancara Vega Karina Andira Putri .....	152
<b>Lampiran 6. 1</b>	Dokumentasi Wawancara Informan .....	174
<b>Lampiran 7. 1</b>	Profil Informan.....	177
<b>Lampiran 7.1 1</b>	Profil LinkedIn Eugenie Patricia .....	177
<b>Lampiran 7.1 2</b>	Profil Sarah Juwita.....	178
<b>Lampiran 7.1 3</b>	Profil Denara Terily .....	179
<b>Lampiran 7.1 4</b>	Profil LinkedIn Annisa Aulia Azmi.....	181
<b>Lampiran 7.1 5</b>	Profil Vega Karina Andira Putri.....	182
<b>Lampiran 7.1 6</b>	Profil Octaviana Hermansjah.....	183
<b>Lampiran 8 1</b>	Hasil Plagiasi Turnitin Laporan.....	184

