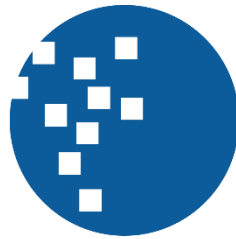


**PENGELOLAAN *EVENT* PELUNCURAN PROGRAM  
AFILIASI YOUTUBE *SHOPPING* DI INDONESIA OLEH  
STARHITS**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

**Valen Anggreni**

**00000065252**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

**PENGELOLAAN EVENT PELUNCURAN PROGRAM  
AFILIASI YOUTUBE SHOPPING DI INDONESIA OLEH  
STARHITS**



**Skripsi Berbasis Karya**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)

**Valen Anggreni**

**00000065252**

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

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Valen Anggreni

NIM : 00000065252

Program studi : Komunikasi Strategis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi Berbasis Karya saya yang berjudul:

### **PENGELOLAAN EVENT PELUNCURAN PROGRAM AFILIASI YOUTUBE SHOPPING DI INDONESIA OLEH STARHITS**

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, 16 Desember 2024



Valen Anggreni

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya

### PENGELOLAAN EVENT PELUNCURAN PROGRAM AFILIASI YOUTUBE SHOPPING DI INDONESIA OLEH STARHITS

Oleh

Nama : Valen Anggreni

NIM : 00000065252

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

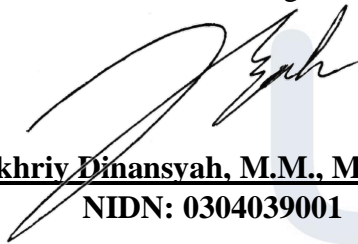
Telah diujikan pada hari Senin, 6 Januari 2025

Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom.**

**NIDN: 0304039001**

Penguji



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

**NIDN: 0307128703**

Pembimbing



**Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.**

**NIDN: 0320109004**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

**NIDN 0304784**

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Valen Anggreni  
NIM : 00000065252  
Program Studi : Komunikasi Strategis  
Jenjang : D3/S1/S2  
Judul Karya Ilmiah :

**PENGELOLAAN EVENT PELUNCURAN PROGRAM AFILIASI  
YOUTUBE SHOPPING DI INDONESIA OLEH STARHITS**

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.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)\*\*.

Tangerang, 16 Desember 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



(Valen Anggreni )

\*\* 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 Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan Skripsi Berbasis Karya ini dengan judul:

### **PENGELOLAAN EVENT PELUNCURAN PROGRAM AFILIASI YOUTUBE SHOPPING DI INDONESIA OLEH STARHITS**

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 laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Riko Reinarto, S.Si., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Kak Devi Arista Gunawan, S. I. Kom, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, pengalaman, dan motivasi atas terselesainya karya ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 Desember 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Valen Anggreni'.

(Valen Anggreni)

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **PENGELOLAAN EVENT PELUNCURAN PROGRAM AFILIASI YOUTUBE SHOPPING DI INDONESIA OLEH STARHITS**

Valen Anggreni

## **ABSTRAK**

Industri kreatif dan digital di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat, yang secara langsung berdampak pada meningkatnya perilaku pembelian online. Melihat peluang tersebut YouTube meluncurkan program afiliasi YouTube Shopping untuk memperkenalkannya kepada audiens yang lebih luas, khususnya para pembuat konten dan merek. Penulis menggunakan pendekatan Manajemen Acara dalam seluruh tahap pelaksanaan program ini, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Penerapan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan sekaligus penerapan strategi secara langsung melalui implementasi pada acara ini. Sebagai bagian dari strategi pelaksanaannya, terdapat Aktivasi Merek yang diwujudkan dalam bentuk *workshop* interaktif, bertujuan memberikan wawasan dan edukasi kepada peserta terkait manfaat dan peluang yang ditawarkan oleh program afiliasi ini. Selain itu, Gamifikasi diterapkan untuk mendorong keterlibatan peserta secara aktif, sehingga mereka terdorong untuk bergabung dalam program ini. Acara ini juga berfungsi sebagai platform *matchmaking* antara pembuat konten dan merek, menciptakan peluang kerja sama yang saling menguntungkan. Program ini tidak hanya memperkenalkan YouTube Shopping sebagai alat monetisasi baru, tetapi juga membuka ruang kolaborasi yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Secara keseluruhan, acara ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, mulai dari berhasilnya para *creator* bergabung dalam program afiliasi hingga tingginya tingkat kepuasan yang tercermin melalui *feedback form* yang telah diisi.

**Kata kunci:** Manajemen Acara, Aktivasi Merek, Gamifikasi, *Workshop*, Diskusi Panel, *Matchmaking*



# **EVENT MANAGEMENT FOR THE LAUNCH OF YOUTUBE SHOPPING AFFILIATE PROGRAM IN INDONESIA BY STARHITS**

Valen Anggreni

## ***ABSTRACT***

The creative and digital industries in Indonesia continue to experience rapid growth, which directly impacts the increasing trend of online shopping behavior. Seeing this opportunity, YouTube launched the YouTube Shopping affiliate program to introduce it to a wider audience, particularly content creators and brands. The author utilized an Event Management approach throughout the implementation of this program, from planning to evaluation. This approach aims to provide both knowledge and practical application of strategies through the execution of this event. As part of its implementation strategy, Brand Activation was carried out in the form of interactive workshops designed to provide participants with insights and education on the benefits and opportunities offered by the affiliate program. Additionally, Gamification was employed to encourage active participation, motivating attendees to join the program. The event also served as a *matchmaking* platform between content creators and brands, creating opportunities for mutually beneficial collaborations. This program not only introduced YouTube Shopping as a new monetization tool but also opened avenues for collaboration that support the growth of the creative economy in Indonesia. Overall, the event successfully achieved the company's objectives, including the onboarding of creators into the affiliate program and the high satisfaction level reflected in the feedback forms submitted by participants.

***Keywords:*** *Event Management, Brand Activation, Gamification, Workshop, Panel Discussion, Matchmaking*

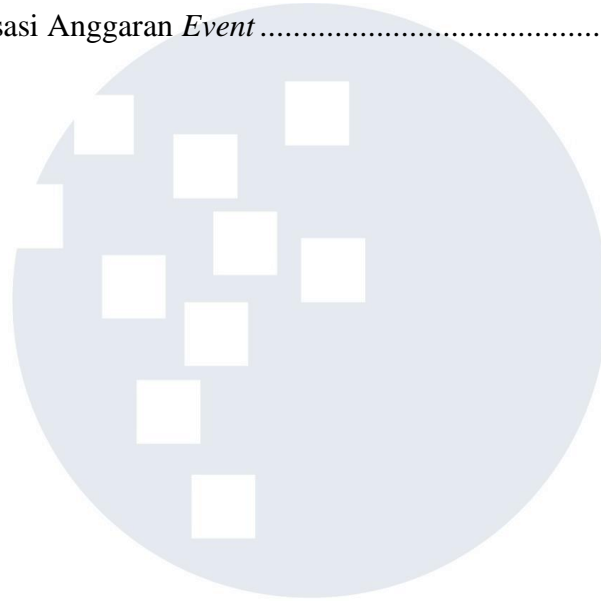
## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH MAHASISWA .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I</b>	
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Tujuan Karya .....	5
1.3 Kegunaan Karya .....	6
<b>BAB II</b>	
KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Konsep .....	17
2.2.1. Manajemen <i>Event</i> .....	17
2.2.2 <i>Brand Activation</i> .....	23
2.2.3 Gamifikasi .....	27
<b>BAB III</b>	
METODOLOGI PENELITIAN .....	30

3.1 Tahapan Pembuatan .....	30
3.1.1 Riset.....	30
3.1.2 Desain.....	40
3.1.3 Perencanaan.....	53
3.2 Anggaran .....	59
3.1 Target Luaran/Publikasi.....	60
<b>BAB IV</b>	
<b>STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....</b>	<b>62</b>
4.1 Strategi Pelaksanaan .....	62
4.1.1 Riset.....	62
4.1.2 Design.....	65
4.1.3 Perencanaan.....	82
4.2 Implementasi Karya.....	104
4.2.1 Koordinasi.....	105
4.2.2 Pelaksanaan <i>Event</i> .....	109
4.2.3 Anggaran.....	123
4.3 Evaluasi.....	124
<b>BAB V</b>	
<b>SIMPULAN SARAN.....</b>	<b>130</b>
5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Saran.....	131
5.2.1 Perusahaan .....	131
5.2.2 Universitas .....	131
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>133</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>136</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	3
Tabel 3.1 Anggaran Perencanaan <i>Event</i> .....	60
Tabel 3.1 Alur Komunikasi Perencanaan <i>Event</i> .....	56
Tabel 4.1 Finalisasi Anggaran <i>Event</i> .....	124



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Media Sosial dari Tahun ke Tahun .....	1
Gambar 1.2 Pengguna E-commerce di Indonesia .....	2
Gambar 2.1 Tahapan Manajemen <i>Event</i> .....	18
Gambar 2.2 Manfaat Gamifikasi .....	28
Gambar 3.1 Proses <i>Matchmaking</i> .....	33
Gambar 3.2 Lokasi dan Suasana Bazar Brightspot .....	35
Gambar 3.3 Lokasi Survei The Brickhall .....	37
Gambar 3.4 Lokasi Survei Gedung AA Maramis .....	38
Gambar 3.5 Lokasi Survei The Tribrata Dharmawangsa .....	39
Gambar 3.6 Proses <i>Brainstorming</i> Bersama Tim YouTube .....	40
Gambar 3.6 Logo YouTube Shopping .....	44
Gambar 3.7 Palet Warna YouTube Shopping .....	45
Gambar 3.8 Desain Instalasi Gerbang Masuk .....	46
Gambar 3.9 Desain Instalasi Photowall .....	47
Gambar 3.10 Desain Instalasi Registrasi .....	48
Gambar 3.11 Desain Instalasi Papan Informasi .....	49
Gambar 3.12 Desain Instalasi Booth <i>Brand</i> dan MCN.....	49
Gambar 3.13 Desain Instalasi Booth Konten .....	50
Gambar 3.14 Desain Instalasi Pusat Bantuan.....	51
Gambar 3.15 Desain Instalasi Panggung .....	52
Gambar 3.16 Desain Lanyard dan ID card.....	52
Gambar 3.17 Desain Baju Panitia.....	53
Gambar 3.18 Timeline Seluruh Persiapan <i>Event</i> .....	54
Gambar 3.19 Perencanaan Isi Gamifikasi .....	59
Gambar 4.1 Layout Venue Lantai Dasar.....	64
Gambar 4.2 Layout Venue Lantai Satu.....	65

Gambar 4.3 Logo <i>Event</i> “YouTube Shopping Accelerator” .....	68
Gambar 4.3 Finalisasi Desain Instalasi Gerbang Masuk .....	69
Gambar 4.6 Finalisasi Desain Instalasi Photowall .....	71
Gambar 4.7 Finalisasi Desain Instalasi Registrasi.....	72
Gambar 4.8 Finalisasi Desain Instalasi Papan Informasi.....	73
Gambar 4.9 Finalisasi Desain Instalasi Gate Ballroom .....	74
Gambar 4.10 Finalisasi Desain Booth <i>Brand</i> .....	75
Gambar 4.11 Finalisasi Desain Booth Konten .....	76
Gambar 4.12 Finalisasi Desain Meja Help Desk.....	77
Gambar 4.13 Finalisasi Desain Panggung .....	78
Gambar 4.14 Finalisasi Desain Photobox .....	80
Gambar 4.15 Finalisasi Desain Lanyard dan ID Card .....	81
Gambar 4.16 Finalisasi Desain Baju Panitia .....	82
Gambar 4.17 Timeline Internal .....	83
Gambar 4.18 Tata Letak Keseluruhan Instalasi .....	85
Gambar 4.19 Google Meet Panduan RSVP .....	86
Gambar 4.20 Daftar Creator dan Email Undangan .....	87
Gambar 4.21 Draft Email Creator YPP .....	89
Gambar 4.22 Draft Email Creator Non-YPP.....	89
Gambar 4.23 Template Email Creator YPP dan Non-YPP.....	90
Gambar 4.24 Template Email Follow Up 1 .....	92
Gambar 4.25 Template Email Last Reminder.....	93
Gambar 4.26 Email Konfirmasi Seluruh Creator .....	94
Gambar 4.27 Template Email Reminder to <i>Event</i> .....	95
Gambar 4.28 Google Meet Briefing Usher .....	96
Gambar 4.29 Materi Briefing Usher Tanya Saya .....	97
Gambar 4.30 Materi Briefing Usher Registrasi .....	98

Gambar 4.31 Briefing Seluruh Usher Tanya Saya dan Registrasi di lokasi .....	99
Gambar 4.32 Signage atau petunjuk arah .....	100
Gambar 4.33 Sports Bag YouTube Shopping .....	101
Gambar 4.34 Kartu Gamifikasi .....	102
Gambar 4.35 Stiker Eksklusif.....	103
Gambar 4.36 Tote Bag dan Tumbler Corkcicle .....	104
Gambar 4.37 Job Description Seluruh Area.....	106
Gambar 4.38 Finalisasi Rundown <i>Event</i> .....	108
Gambar 4.39 Cue Card MC Rapot .....	109
Gambar 4.40 Pelaksanaan <i>Matchmaking</i> .....	112
Gambar 4.41 Gamifikasi Dengan Desain 4 Versi Bingo .....	114
Gambar 4.42 Proses Creator Melengkapi Kartu Gamifikasi.....	115
Gambar 4.43 Pembukaan Dengan Countdown Video .....	117
Gambar 4.44 Kata Sambutan David Katz .....	118
Gambar 4.45 Wawancara Creator Undangan, Jagat Review .....	119
Gambar 4.46 Demo dan Penjelasan Program Afiliasi YouTube Shopping .....	120
Gambar 4.47 <i>Workshop</i> Bootcamp.....	122
Gambar 4.48 Diskusi Panel.....	123
Gambar 4.49 Kepuasan Peserta Dalam <i>Event</i> .....	126
Gambar 4.50 Kepuasan Peserta Terhadap Keseluruhan Aspek .....	127
Gambar 4.51 Pengalaman Peserta Dalam <i>Event</i> .....	128

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Turnitin .....	132
Lampiran 2 Surat Izin Tertulis .....	134
Lampiran 3 Form Bimbingan Dosen Pembimbing .....	135
Lampiran 4 Bimbingan Dosen Ahli .....	136
Lampiran 5 Video Rekap Keseluruhan <i>Event</i> .....	137
Lampiran 6 Media Coverage .....	144



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA