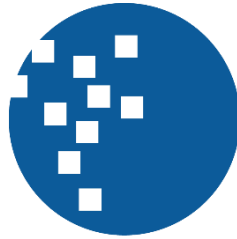


**STRATEGI EVENT MARKETING SWISSOTEL JAKARTA
PIK AVENUE MELALUI MOONCAKE FESTIVAL**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

MUHAMMAD AZERBEIJAN IRAWAN

00000033263

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**STRATEGI EVENT MARKETING SWISSOTEL JAKARTA
PIK AVENUE MELALUI MOONCAKE FESTIVAL**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

MUHAMMAD AZERBEIJAN IRAWAN

0000033263

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

Strategi Event Marketing ..., Muhammad Azerbeijan Irawan, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Azerbeijan Irawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000033263

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

STRATEGI EVENT MARKETING SWISSOTEL JAKARTA PIK AVENUE MELALUI MOONCAKE FESTIVAL

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis , saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Desember 2024



(Muhammad Azerbeijan Irawan)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI EVENT MARKETING SWISSOTEL JAKARTA PIK AVENUE
MELALUI MOONCAKE FESTIVAL Oleh

Nama : Muhammad Azerbaijan Irawan

NIM : 00000033263

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 7 Januari 2025

Pukul 10.30 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Drs. Asep Sutresna, M.A.
_NIDN: 0307126303

Penguji



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

Pembimbing



Theresia L. V. Lolita, M.I.Kom.
NIDN: 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH


Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Azerbeijan Irawan
NIM : 00000033263
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : STRATEGI EVENT MARKETING
SWISSOTEL JAKARTA PIK AVENUE MELALUI MOONCAKE
FESTIVAL

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 17 Desember 2024



(Muhammad Azerbeijan Irawan)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI EVENT MARKETING SWISSOTEL JAKARTA PIK AVENUE MELALUI MOONCAKE FESTIVAL”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan 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. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Seluruh dosen Universitas Multimedia Nusantara, yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
6. Pihak Swissôtel Jakarta PIK Avenue, khususnya tim marketing dan narasumber yang telah memberikan informasi, data, serta dukungan selama penelitian ini berlangsung.

7. Kedua orang tua peneliti, Irawati Rochman dan Yulvan Irawan. Yang senantiasa merawat dan membesarkan penulis
8. Kakak peneliti Metalia Putri Irvani yang selalu menemani keberlangsungan proses penelitian ini berlangsung
9. Orang tua sambung peneliti Asep Ruseno dan Andika Krisniawaty. Yang senantiasa memberikan dukungan moril untuk penulis
10. Adik tercinta penulis yang menjadi alasan besar penulis mampu bertahan dalam segala situasi Tsamara Arisha

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Harapan penulis, skripsi ini dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi penulis secara akademis, tetapi juga menjadi referensi yang berguna bagi penelitian-penelitian berikutnya terkait strategi *event marketing*. Selain itu, semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pihak Swissôtel Jakarta PIK Avenue dalam mengembangkan strategi pemasaran acara yang lebih efektif di masa depan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya

Tangerang, 17 Januari 2024



(Muhammad Azerbaijan Irawan)

STRATEGI EVENT MARKETING SWISSOTEL JAKARTA

PIK AVENUE MELALUI MOONCAKE FESTIVAL

Muhammad Azerbaijan Irawan

ABSTRAK

Event marketing telah berkembang menjadi strategi yang efektif dalam membangun kesadaran merek dan konsumen, khususnya di industri perhotelan yang sangat berorientasi pada pengalaman pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana mooncake festival yang diadakan oleh Swissotel Jakarta PIK Avenue. Fokus penelitian ini mencakup dampak event terhadap keterlibatan pengunjung, faktor-faktor yang menciptakan kesadaran merek, serta kontribusi event marketing berbasis budaya dalam membangun loyalitas pelanggan. Pendekatan kualitatif digunakan dengan wawancara mendalam kepada manajemen hotel dan pengunjung sebagai metode utama untuk memahami hubungan emosional yang terbentuk selama acara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa acara tematik berbasis budaya, seperti Mooncake Festival, dapat menciptakan pengalaman mendalam yang memperkuat hubungan antara merek dan konsumen. Studi ini memberikan kontribusi akademik dengan memperkaya literatur terkait event marketing, serta menawarkan wawasan praktis bagi industri perhotelan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Keterbatasan penelitian ini meliputi cakupan data yang terbatas dan pendekatan kualitatif yang tidak dapat digeneralisasi secara luas. Temuan ini diharapkan menjadi referensi dalam mengembangkan event marketing sebagai alat strategis untuk di sektor perhotelan.

Kata kunci: *Event marketing, brand awareness, Mooncake Festival, Swissotel Jakarta PIK Avenue*

EVENT MARKETING STRATEGY OF SWISSOTEL JAKARTA

PIK AVENUE THROUGH THE MOONCAKE FESTIVAL

Muhammad Azerbaijan Irawan

ABSTRACT

Event marketing has evolved into an effective strategy for building brand awareness and customer awareness, particularly in the hospitality industry, which is highly oriented toward customer experiences. This study aims to analyze the Mooncake Festival organized by Swissotel Jakarta PIK Avenue. The research focuses on the event's impact on visitor awareness, the factors that foster brand awareness, and the contribution of culture-based event marketing in building customer loyalty. A qualitative approach was employed, with in-depth interviews conducted with hotel management and visitors as the primary method to understand the emotional connections formed during the event. The findings indicate that culture-themed events, such as the Mooncake Festival, can create profound experiences that strengthen the relationship between the brand and its consumers. This study contributes academically by enriching the literature on event marketing and offers practical insights for the hospitality industry to design more effective marketing strategies. The limitations of this research include a narrow data scope and the qualitative approach, which may not be broadly generalizable. These findings are expected to serve as a reference in developing event marketing as a strategic tool in the hospitality sector..

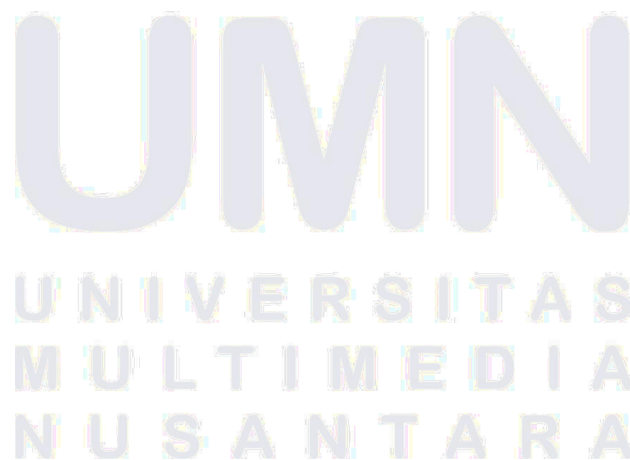
Keywords: *Event marketing, brand awareness, Mooncake Festival, Swissotel Jakarta PIK Avenue*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.5.1 Kegunaan Akademis	5
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS.....	6
Penelitian Terdahulu.....	6
2.1 Landasan Konsep	13
2.2 Kerangka Pemikiran	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Paradigma Penelitian	17
3.5 Teknik Pengumpulan Data	21
3.6 Keabsahan Data.....	23
3.7 Teknik Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25

4.1	Subjek dan Objek Penelitian	25
4.2	Hasil Penelitian	28
4.3	Pembahasan	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		43
5.1	Kesimpulan.....	43
5.2	Saran	45
5.2.1	Saran Akademis	45
5.2.2	Saran Praktis	46
DAFTAR PUSTAKA		49
LAMPIRAN		51



DAFTAR TABEL

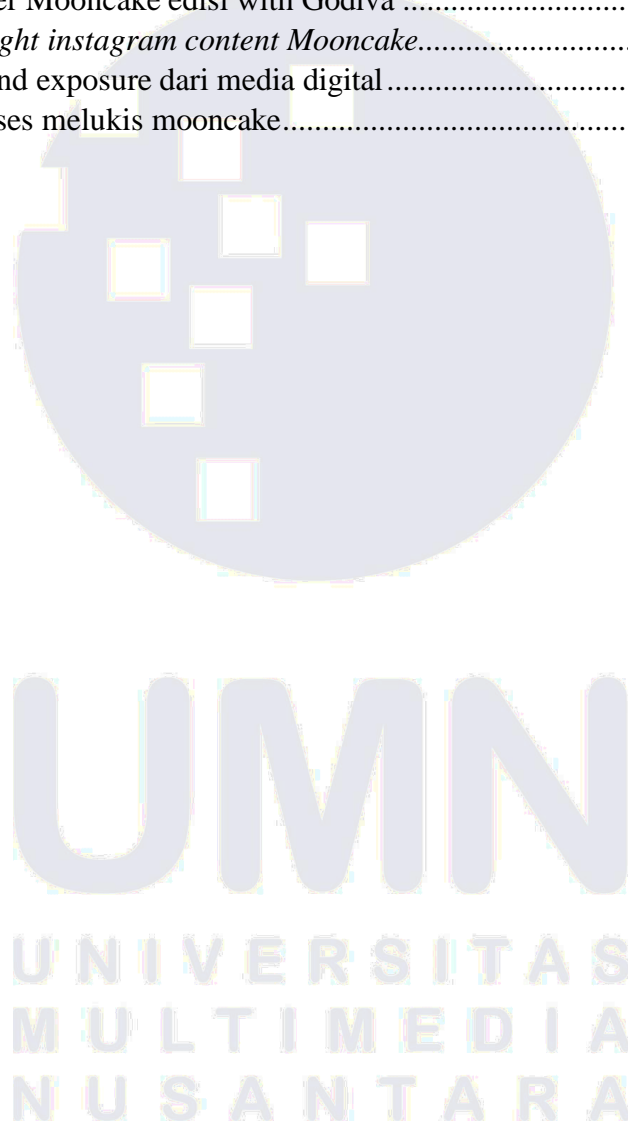
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Tabel Informan.....	21



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

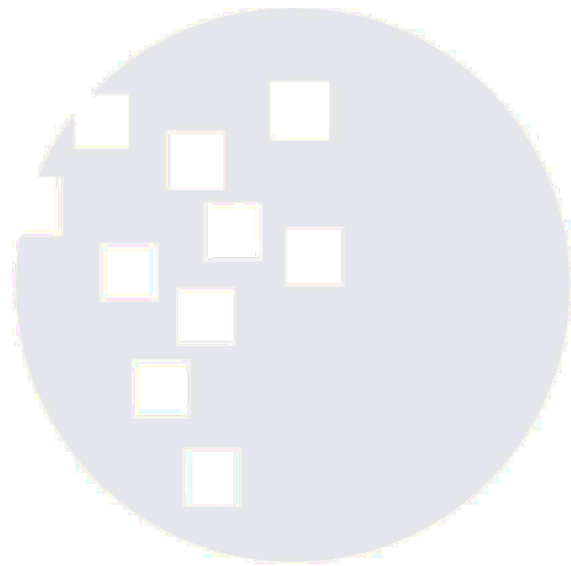
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Kerangka Berpikir.....	16
Gambar 4.1 Banner promosi acara mooncake festival	25
Gambar 4.2 Materi promosi yang ditampilkan di mall PIK Avenue.....	26
Gambar 4.3 Flyer Mooncake edisi with Godiva	30
Gambar 4.4 <i>Insight instagram content Mooncake</i>	32
Gambar 4.5 Brand exposure dari media digital	33
Gambar 4.6 Proses melukis mooncake.....	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin.....	50
Lampiran B Konsultasi Form	53
Lampiran C Lembar Persetujuan	60



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA