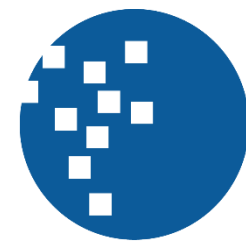


**STRATEGI 7P MARKETING MIX PADA MONOKROM EO
(STUDI KASUS: PENYELENGGARAAN EVENT LAUNCHING
RSK DR. LIE DHARMAWAN BAYAN PEDULI)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Amandea Fiorela Keona Avian

00000056796

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

2026

**STRATEGI 7P MARKETING MIX PADA MONOKROM EO
(STUDI KASUS: PENYELENGGARAAN EVENT LAUNCHING
RSK DR. LIE DHARMAWAN BAYAN PEDULI)**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Amandea Fiorela Keona Avian
00000056796

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Amandea Fiorela Keona Avian

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056796

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

**STRATEGI 7P MARKETING MIX PADA MONOKROM EO
(STUDI KASUS: PENYELENGGARAAN EVENT LAUNCHING
RSK DR. LIE DHARMAWAN BAYAN PEDULI)**

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 Skripsi Kajian yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 Desember 2025



Amandea Fiorela Keona Avian

HALAMAN PERSTUJUAN

Skripsi dengan judul

**STRATEGI 7P MARKETING MIX PADA MONOKROM EO (STUDI
KASUS: PENYELENGGARAAN EVENT LAUNCHING RSK DR. LIE
DHARMAWAN BAYAN PEDULI)**

Oleh

Nama : Amandea Fiorela Keona Avian
NIM : 00000056796
Program Studi : Strategi Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 18 Desember 2025

Pembimbing


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

NIDN 0304039001

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si

NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI 7P MARKETING MIX PADA MONOKROM EO

(STUDI KASUS: PENYELENGGARAAN EVENT LAUNCHING

RSK DR. LIE DHARMAWAN BAYAN PEDULI)

Oleh

Nama : Amandea Fiorela Keona Avian

NIM : 00000056796

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 8 Januari 2026

Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.25
09:44:17 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun,

M.Si. 0304078404

Penguji


Digitally signed
by Dian
Nuranindya
Date: 2026.01.23
12:21:07 +07'00'

Dian Nuranindya, S.E., M.Si

0314128502

Pembimbing


Digitally signed
by Fakhriy
Dinansyah
Date: 2026.01.26
09:17:47 +07'00'

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

0304039001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2026.01.25 09:44:25
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amandea Fiorela Keona Avian

NIM : 00000056796

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : D3/S1/S2

Judul Karya Ilmiah : STRATEGI 7P MARKETING MIX PADA
MONOKROM EO (STUDI KASUS: PENYELENGGARAAN EVENT
LAUNCHING RSK. DR. LIE BAYAN PEDULI)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (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, 18 Desember 2025



(Amandea Fiorela Keona Avian)

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** 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

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 7P Marketing Mix Pada Monokrom EO (Studi Kasus: Penyelenggaraan Event Launching RSK Kapal Dr. Lie Dharmawan Bayan Peduli)”. Skripsi ini dibentuk untuk memahami pentingnya perencanaan 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:

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dian Nuranindya, S.E., M.Si., selaku Penguji yang telah memberikan waktu dan kesempatan untuk melakukan pengujian penelitian kajian ini.
5. Bapak Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Devin Yiulianto, selaku Direktur Utama PT Hitam Putih Inovatif yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian mengenai Monokrom EO.
7. Devin Yiulianto, Rizki Malfian, Ines Racmi, dan Rachman Udin selaku narasumber yang sudah mau menyempatkan diri untuk melakukan proses wawancara mendalam untuk mendukung berjalannya penelitian ini.

8. Kedua orang tua peneliti, Paulus Dezi dan Juliana yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kedua saudara peneliti, Gregorius Benito dan Angelina Chitraleka yang telah memberikan dukungan moral, cinta kasih, semangat kepada peneliti.
10. Cloudioz Febriliant yang telah menjadi jembatan komunikasi peneliti dengan narasumber pada penelitian ini.
11. Teman dan sahabat peneliti, Aurelia Syifa, Olivia Salim, Angela Caroline, Siti Aisyah, Mutiara Arfah, serta teman lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas semua dukungan yang telah diberikan baik secara moral maupun material

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

Tangerang, 18 Desember 2025



(Amandea Fiorela Keona Avian)



STRATEGI 7P MARKETING MIX PADA MONOKROM EO
(STUDI KASUS: PENYELENGGARAAN EVENT LAUNCHING
RSK DR. LIE DHARMAWAN BAYAN PEDULI)

Amandea Fiorela Keona Avian

ABSTRAK

Perencanaan event tidak hanya berfungsi sebagai proses teknis penyelenggaraan acara, tetapi juga berperan sebagai bagian dari strategi pemasaran jasa. Event launching RSK Dr. Lie Dharmawan Bayan Peduli menjadi contoh bagaimana event digunakan sebagai media komunikasi institusional untuk membangun citra dan kepercayaan publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi perencanaan event yang dilakukan oleh Monokrom EO ditinjau dari perspektif 7P marketing mix. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Kerangka teori yang digunakan adalah teori event planning oleh Dowson & Lomax (2023) serta konsep 7P marketing mix oleh Kotler & Armstrong (2024), dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, focus group discussion, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Monokrom EO telah menerapkan proses event planning secara terstruktur mulai dari tahap pra-event, pelaksanaan, hingga pasca-event. Seluruh elemen 7P marketing mix diterapkan dalam perencanaan event, meskipun tingkat keterlibatan Monokrom EO berbeda pada setiap elemen. Elemen product, people, process, dan physical evidence menjadi elemen dominan yang mencerminkan kualitas layanan jasa Monokrom EO, sementara elemen price, place, dan promotion disesuaikan dengan kebutuhan serta arahan klien. Simpulan penelitian menunjukkan bahwa proses event planning dan 7P marketing mix saling terintegrasi dalam menciptakan pengalaman event yang profesional. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa event planning dapat berfungsi sebagai alat implementasi pemasaran jasa yang strategis.

Kata kunci: Perencanaan Event, 7P marketing mix, Event Organizer, Event, Event Launching

7P MARKETING MIX STRATEGY AT MONOKROM EO (CASE STUDY: ORGANIZATION OF LAUNCHING EVENT FOR RSK DR. LIE DHAMAWAN BAYAN PEDULI)

Amandea Fiorela Keona Avian

ABSTRACT

Event planning is not only a technical process for organizing events, but also plays a role in service marketing strategies. The launch event for RSK Dr. Lie Dharmawan Bayan Peduli is an example of how events are used as a medium for institutional communication to build public image and trust. This study aims to analyze the implementation of event planning strategies carried out by Monokrom EO from the perspective of the 7P marketing mix. This study uses a qualitative approach with a case study method. The theoretical framework used is the event planning theory by Dowson & Lomax (2023) and the 7P marketing mix concept by Kotler & Armstrong (2024), with data collection techniques through in-depth interviews, focus group discussions, and documentation. The results show that Monokrom EO has implemented a structured event planning process from the pre-event stage to the implementation and post-event stages. All elements of the 7P marketing mix are applied in event planning, although Monokrom EO's level of involvement differs for each element. The elements of product, people, process, and physical evidence are the dominant elements that reflect the quality of Monokrom EO's services, while the elements of price, place, and promotion are adjusted to the needs and directions of the client. The research conclusion shows that the event planning process and the 7P marketing mix are integrated in creating a professional event experience. Thus, this study proves that event planning can function as a strategic service marketing implementation tool.

Keywords: *Event, Event Launching, Event Organizer, Marketing Management, 7P Marketing Mix*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSTUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	1
DAFTAR GAMBAR.....	2
DAFTAR LAMPIRAN	3
BAB I PENDAHULUAN.....	4
1.1 Latar Belakang Penelitian	4
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Akademis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	11
1.5.3 Kegunaan Sosial	11
1.6 Keterbatasan Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	1
2.1 Penelitian Terdahulu	1
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Marketing Management.....	13
2.3 Landasan Konsep	17
2.3.1 7P's Marketing Mix	17
2.3.2 Event Planning	26
2.4 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36

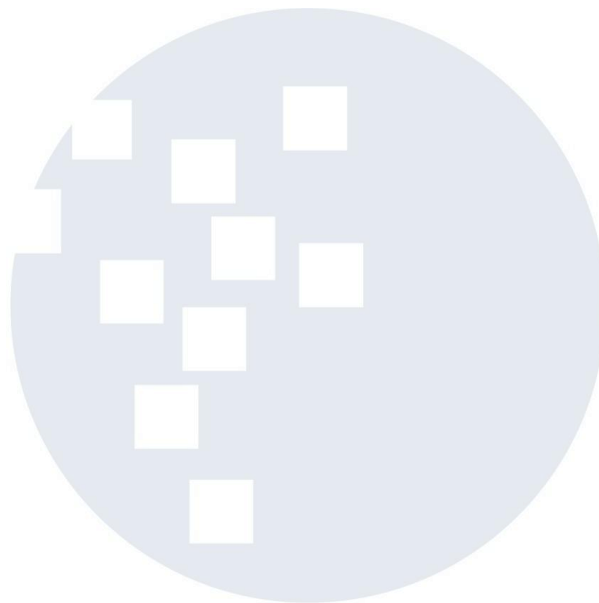
3.1	Paradigma Penelitian	36
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian	37
3.3	Metode Penelitian	37
3.4	Pemilihan Partisipan	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	38
	3.5.1. Data Primer	39
	3.5.1. Data Sekunder	39
3.6	Keabsahan Data	39
3.7	Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	42
	4.1.1. Subjek Penelitian	42
	4.1.2. Objek Penelitian	46
4.2	Hasil Penelitian	48
	4.2.1. <i>Product</i>	48
	4.2.2 <i>Price</i>	50
	4.2.3. <i>Place</i>	51
	4.2.4 <i>Promotion</i>	52
	4.3.5 <i>People</i>	53
	4.3.6 <i>Process</i>	54
	4.3.7 <i>Physical Evidence</i>	56
	4.3.8 <i>Event Planning</i>	57
4.3	Pembahasan	70
	4.3.1. <i>Product</i>	71
	4.3.2. <i>Price</i>	72
	4.3.3. <i>Place</i>	73
	4.3.4 <i>Promotion</i>	74
	4.3.5 <i>People</i>	75
	4.3.6 <i>Process</i>	76
	4.3.7 <i>Physical Evidence</i>	77
	4.3.8 <i>Event Planning</i>	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		90

5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran 91	
5.2.1 Saran Akademis	91
5.2.2 Saran Praktis.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	96
Lampiran A. Turnitin.....	96
Lampiran B. Konsultasi Form	98
Lampiran C. Lembar Persetujuan dan Transkrip	100
Lampiran D. Bukti Wawancara Narsum	148
Lampiran E. Bukti Chat Dengan Narasumber	149
Lampiran F. PRESENTATION DECK.....	152
Lampiran G. CHECKLIST HOSPITALITY	152
Lampiran H. CHECKLIST PRODUKSI	153
Lampiran I. CHECKLIST PROGRAM.....	153
Lampiran K. Pengumuman Pemenang Bidding	155
Lampiran L. Client Brief doctorSHARE.....	156



DAFTAR TABEL

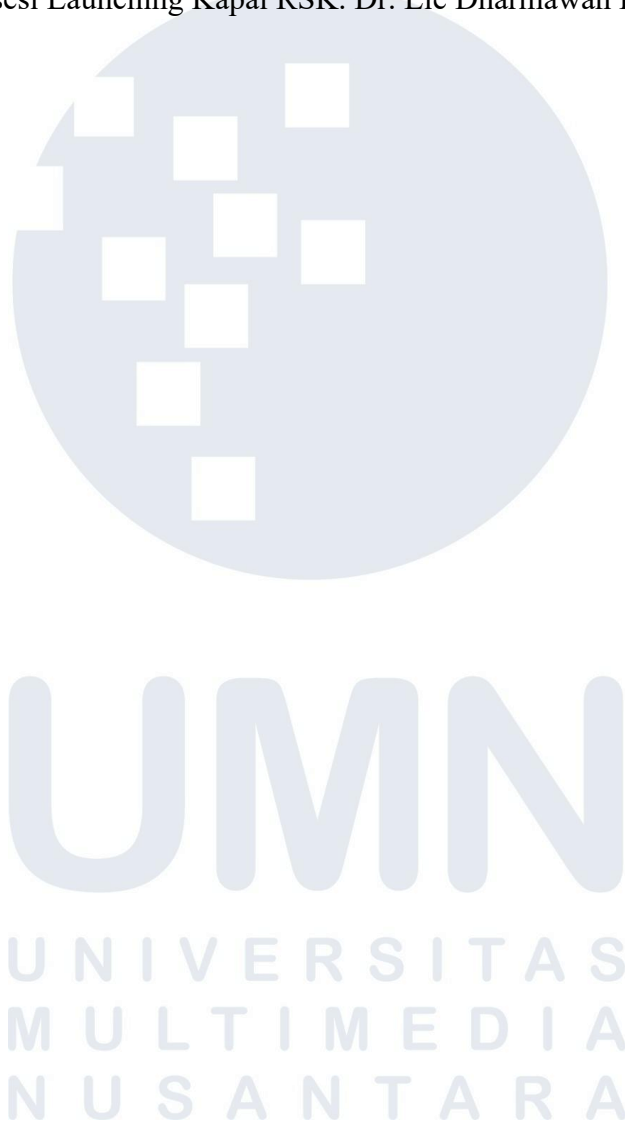
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	38
Tabel 3.2 Partisipan Penelitian.....	38



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data jumlah event yang diselenggarakan 2020-2021	4
Gambar 1.2 Data jumlah event yang diselenggarakan 2024.....	5
Gambar 4.1 Logo Monokrom EO	43
Gambar 4.2 BOD Monokrom EO	43
Gambar 4.3 Prosesi Launching Kapal RSK. Dr. Lie Dharmawan Bayan Peduli .	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin.....	96
Lampiran B. Konsultasi Form	98
Lampiran C. Lembar Persetujuan dan Transkrip	100
Lampiran D. Bukti Wawancara Narsum	148
Lampiran E. Bukti Chat Dengan Narasumber	149
Lampiran F. PRESENTATION DECK.....	152
Lampiran G. CHECKLIST HOSPITALITY	152
Lampiran H. CHECKLIST PRODUKSI	153
Lampiran I. CHECKLIST PROGRAM.....	153
Lampiran K. Pengumuman Pemenang Bidding	155
Lampiran L. Client Brief doctorSHARE.....	156

