



Pengaruh Event Terhadap Brand Image Pembaca Tabloid Genie

(Analisa pada Event Shopping Race Tabloid Genie periode Agustus 2012)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing

Disusun oleh :

NUGROHO PRASETIO UTOMO
44309120001

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul skripsi : PENGARUH EVENT TERHADAP BRAND IMAGE
PEMBACA TABLOID GENIE
(Analisa pada Event Shopping Race Tabloid Genie periode
Agustus 2012)

Nama : Nugroho Prasetyo Utomo

NIM : 44309120001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 24 Juli 2012

Mengetahui

Pembimbing

(A. Judhie Setiawan SE., M.Si.)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Nugroho Prasetyo Utomo
NIM : 44309120001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication
Judul skripsi : PENGARUH EVENT TERHADAP BRAND IMAGE
PEMBACA TABLOID GENIE
(Analisa pada Event Shopping Race Tabloid Genie periode
Agustus 2012)

Jakarta, 5 Agustus 2012

Ketua Sidang

Dra. Yoyoh Hereyah M.Si

Penguji Ahli

Drs. Akhmad Mulyana, Msi

Pembimbing

A. Judhie Setiawan SE.,M.Si

(.....)

(.....)

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Nugroho Prasetio Utomo
NIM : 44309120001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication
Judul skripsi : PENGARUH EVENT TERHADAP BRAND IMAGE
PEMBACA TABLOID GENIE
(Analisa pada Event Shopping Race Tabloid Genie periode
Agustus 2012)

Disetujui dan Diterima oleh :

Pembimbing

(A. Judhie Setiawan SE., M.Si.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi Marcomm&Advertising

(Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan pujian hanya teruntuk Allah SWT, Tuhan semesta alam yang menggenggam putaran waktu, penguasa atas segala sesuatu yang di langit dan di bumi. Alhamdulillah hirobbil ‘alamin, berjuta syukur atas nikmat dan karunia yang telah engkau berikan, sehingga penulias dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Event Terhadap Brand Image pembaca Tabloid Genie** “ ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya.

Skripsi ini disusun dengan semangat dan harapan dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Marketing Komunikasi. Skripsi ini merupakan sebagian kecil dari ribuan karya yang diharapkan bermanfaat dan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya.

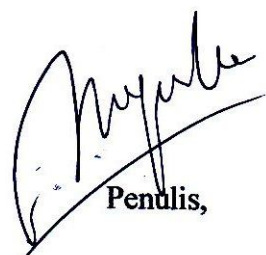
Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, masukan dan kontribusi dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak A. Judhie Setiawan SE.,M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
2. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah M.Si selaku ketua jurusan, terima kasih atas semua bantuannya.
3. Bapak Drs. Akhmad Mulyana, Msi selaku penguji ahli, yang banyak memberikan masukan dan kritik kepada penulis.
4. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati M.si selaku ketua program Marcomm & advertising.
5. Kedua orang tua peneliti yang sangat dicintai, Bapak Suyoto dan Ibu Sri Kustinah, dan kakakku Enggar. Terima kasih atas motivasi serta doa – doa kalian.

6. Wanita yang selalu ada disamping dan menemani penulis, Viviana, yang selalu memberikan dukungan dan doa.
7. Pimpinan Fakultas Ilmu Komunikasi dan seluruh Dosen Jurusan Marketing Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu – ilmu yang sangat bermanfaat.
8. Kepada teman-teman seperjuanganku di angkatan XVI Ajeng, Zeta, Yefrin, dan Herry, terima kasih atas kebersamaan, keceriaan dan perjuangan selama kuliah.
9. Serta teman – teman jurusan Marketing Komunikasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari para pembaca sangat diharapkan sebagai masukan yang berharga. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 24 Mei 2012



Penulis,
Nugroho Prasetyo Utomo

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	ii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Abstraksi	xii
Abstract	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2	Perumusan Masalah	5
1.3	Tujuan Penelitian	5
1.4	Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Komunikasi	7
2.2	Komunikasi sebagai proses	8
2.2.1	Komunikasi sebagai proses sosial	9

2.2.2	Komunikasi sebagai Peristiwa	10
2.2.3	Komunikasi sebagai Ilmu	10
2.2.4	Komunikasi sebagai kiat atau keterampilan	10
2.3	Perilaku Konsumen	11
2.3.1	Persepsi	13
2.4	Teori Stimulus Organisme Respon	16
2.5	Event	18
2.5.1	Manfaat dan alasan-alasan penggunaan event ...	18
2.5.2	Tujuan Event	19
2.5.3	Tahap Menyelenggarakan Event	20
2.5.4	Prinsip Event	22
2.5.5	Rencana Menyelenggarakan Event	23
2.6	Pengertian Brand (merek)	25
2.6.1	Manfaat dan Pentingnya Brand	27
2.6.2	Keputusan-keputusan mengenai Merek	28
2.7	Image	30
2.7.1	Definisi Image	31
2.8	Brand Image	33
2.9	Hipotesis	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian	35
3.2	Metode Penelitian	35
3.3	Populasi dan Sampel	36
3.3.1	Populasi	36
3.3.2	Sampel	36
3.4	Operasional Variabel Penelitian	37
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.5.1	Uji Validitas	40
3.5.2	Uji Reliabilitas	41
3.6	Teknik Pengumpulan Data	42
3.7	Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	43
3.7.1	Koefisien Korelasi	43
3.7.2	Koefisien Determinasi	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Tabloid Genie	46
4.1.1	Tabloid Genie merupakan bagian dari Media Nasional terbesar di Indonesia	47
4.1.2	Segmentasi Tabloid Genie	47
4.1.3	Pembagian Wilayah Distribusi	48
4.1.4	Visi dan Misi	48
4.1.5	Komunitas Tabloid Genie	49
4.1.6	Event Schedule Tabloid Genie tahun 2012	49

4.2	Gambaran Umum Responden	51
4.3	Analisis event Shopping Race Tabloid Genie	53
4.4	Analisis <i>Brand Image</i> pembaca Tabloid Genie	54
4.5	Pengaruh Event Terhadap Brand Image pembaca Tabloid Genie	54
4.5.1	Validitas dan Reliabilitas	54
4.5.2	Koefisien Korelasi	57
4.5.3	Koefisien Determinasi	58
4.6	Pengujian Hipotesis	59
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	59
4.7.1	Diskusi	60
4.7.1.1	Pelaksanaan Event yang dilakukan Tabloid Genie	60
4.7.1.2	Brand Image Tabloid Genie dimata konsumen	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	39
Tabel 4.1	Analisis event Shopping Race Tabloid Genie	53
Tabel 4.2	Analisis <i>Brand Image</i> pembaca Tabloid Genie	54
Tabel 4.3	Validitas Event Shopping Race	55
Tabel 4.4	Reliability Statistics Validitas Event	56
Tabel 4.5	Validitas variabel Brand Image pembaca Tabloid Genie	56
Tabel 4.6	Reliability Statistics variabel Brand Image	57
Tabel 4.7	Koefisien Korelasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Urutan Jumlah Penjualan Tabloid genie based on Nielsen Media Index 2010 – Wave III.....	3
Gambar 2.1	Tahapan Persepsi	13
Gambar 2.2	Keputusan Pemberian Merek	28
Gambar 4.1	Media Nusantara Citra	47
Gambar 4.2	Segmentasi Tabloid Genie	48
Gambar 4.3	Pembagian Wilayah Distribusi	48
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Umur	52
Gambar 4.6	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	53