



**STRATEGI EVENT MARKETING COMMUNICATION IBOX
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PRODUK
APPLE DI PASAR PENDIDIKAN JAKARTA**

**(STUDI KASUS PADA ACARA APPLE LEADERSHIP AND LEARNING
EVENT DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PRODUK
APPLE DI PASAR PENDIDIKAN JAKARTA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai salah Satu Syarat Untuk memperoleh Gelar Sarjana Sastra Satu (S-1)
Fakultas Ilmu komunikasi Bidang Studi Advertising dan Marketing Communications**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

Fahrezi

44314120054

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2018



Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Komunikasi Pemasaran & Periklanan

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI EVENT MARKETING COMMUNICATION IBOX
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PRODUK APPLE
DI PASAR PENDIDIKAN JAKARTA
(STUDI KASUS PADA ACARA APPLE LEADERSHIP AND
LEARNING EVENT DALAM MEMBANGUN BRAND
AWARENESS PRODUK APPLE DI PASAR PENDIDIKAN
JAKARTA)

Nama : Fahrezi
NIK : 44314120054
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Januari 2018

Mengetahui
Pembimbing

Drs. Dadan Iskandar M.Si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Strategi Event Marketing Communication iBox dalam Membangun Brand Awareness Produk Apple di Pasar Pendidikan Jakarta
(Studi kasus Pada Acara Apple Leadership and Learning Event dalam membangun Brand Awareness Produk Apple di Pasar Pendidikan Jakarta)

Nama : Fahrezi
NIK : 44314120054
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 15 Januari 2017

Ketua Sidang,
Dr. Farid Hamid, M.Si

Penguji Ahli,
Dewi Sad Tanti M.Ikom

Pembimbing
Drs. Dadan Iskandar, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

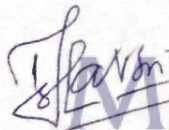
Judul : Strategi Event Marketing Communication iBox dalam Membangun Brand Awareness Produk Apple di Pasar Pendidikan Jakarta
(Studi kasus Pada Acara Apple Leadership and Learning Event dalam membangun Brand Awareness Produk Apple di Pasar Pendidikan Jakarta)

Nama : Fahrezi
NIK : 44314120054
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 15 Januari 2018

Di Setujui dan Di Terima Oleh

Pembimbing



(Drs. Dadan Iskandar M.Si)

Ketua Bidang Studi Marcomm

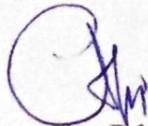
UNIVERSITAS

MERCU BUANA




(Dr. Farid Hamid, S.sos, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyono, M.Comm, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya serta dengan usaha yang keras, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI EVENT MARKETING COMMUNICATION IBOX DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PRODUK APPLE DI PASAR PENDIDIKAN JAKARTA (STUDI KASUS PADA ACARA APPLE LEADERSHIP AND LEARNING EVENT DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PRODUK APPLE DI PASAR PENDIDIKAN JAKARTA)”** Demi terselesainya skripsi ini, tidak lupa pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu, khususnya:

1. Allah SWT, yang telah memberikan sayakesehatan dan kenikmatan rezeki sehingga saya dapat berkarir sekaligus menyelesaikan pendidikan di Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Drs. Dadan Iskandar, M.Si, selaku Pembimbing atas segala bantuan bimbingan, masukan dan arahnya.
3. Bapak Mahendra Hatmoko selaku kepala divisi edukasi iBox dan Apple authorized trainer dan Bapak Edwin Ramdhani selaku Account Manager divisi edukasi iBox yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, S.sos, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

5. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Bapak Dr. Ponco Sulisty, M.Comm, Ph.D selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
7. Ibu Dewi Sad Tanti M.Ikom selaku Penguji ahli
8. Dosen dan Staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
9. Ibu Ernawati selaku Orang Tua dan adik tercinta yang senantiasa memberikan dukungan melalui doa, pengertian dan cinta kasihnya.
10. Teman-teman mahasiswa jurusan *Marcomm & Advertising* angkatan 2015 yang telah membantu, baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per-satu yang telah membantu kelancaran dalam penelitian dan penyelesaian skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu, saran yang membangun sangat penulis harapkan sehingga dapat menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi bagian manfaat untuk pihak- pihak yang berkepentingan.

Tidak lupa penulis ingin meminta maaf jika ada kata-kata yang kurang berkenan. Terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

Jakarta, 13 Januari 2018

Penulis

Fahrezi



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA TANGAN LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Identifikasi Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Definisi Konsep	14
2.2.1 Komunikasi pemasaran	14
2.2.2 Intergrated Marketing Communication	18
2.2.3 Event Marketing	19
2.2.4 Brand Awareness	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Paradigma Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Subjek Penelitian.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan data	32
3.6 Tekhnik Analisis Data	33
3.7 Tekhnik Pengukuran Keabsahab Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	25
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Tujuan Apple Leadership and Learning Event	45
4.2.2 Proses Konstruksi Brand Awareness	46
4.2.3 Pandangan peserta mengenai Apple leadership and learning event dan kegunaan Apple terhadap sekolah.....	48
4.3 Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	25
5.1 Kesimpulan.....	25
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Presentasi Penggunaan iPad oleh sekolah Gemala Anand	43
Gambar 2 Presentasi Penggunaan iPad oleh Sekolah ICM	43
Gambar 3 Sambutan Apple terhadap peserta event	44
Gambar 4 Ilustrasi virtual lab apple	49
Gambar 5 Apple Classroom	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1 Daftar Pertanyaan Wawancara	69
Lampiran	2 Transkrip Wawancara	70
Lampiran	3 Dokumentasi Event	90
Lampiran	4 Surat Selesai Penelitian dari Lokasi Penelitian	92
Lampiran	5 Curriculum Vitae	93

