



**AKTIVITAS EVENT PRODUK T-DRIVE PT TELKOMSEL
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI PAMERAN GAIKINDO (GIIAS 2015)**



UNIVERSITAS

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1)
Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

Disusun oleh :

UMATUL CHOIRIYAH

44312110065

**FAKULTAS KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS KOMUNIKASI
MARKETING PEMASARAN DAN PERIKLANAN

LEMBAR PERSETUJUAN LEMBAR SKRIPSI

Judul Skripsi : **Aktivitas Event Produk T-Drive PT.Telkomsel Sebagai Media Promosi di Pameran Gaikindo (GIIAS2015)**
Nama : Umatul Choiriyah
NIM : 44312110065
Program Studi : Marketing Pemasaran dan Periklanan

Jakarta, 2 Agustus 2016
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS KOMUNIKASI
MARKETING PEMASARAN DAN PERIKLANAN**

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Umatul Choiriyah
NIM : 44312110065
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Pemasaran dan Periklanan
Judul : AKTIVITAS EVENT PRODUK T-DRIVE PT TELKOMSEL
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI PAMERAN GAIKINDO
(GIIAS 2015)

Jakarta, 02 Agustus 2016

- UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
1. Ketua Sidang :
Nama : Dr Yoyoh Herayah,S.Pd, M.Si (.....)
 2. Pengaji Ahli :
Nama : Morissan,MA (.....)
 3. Pembimbing :
Nama : Dr. Ahmad Mulyana,M.Si (.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : AKTIVITAS EVENT PRODUK T-DRIVE PT TELKOMSEL
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI PAMERAN GAIKINDO
(GIIAS 2015)

Nama : Umatul Choiriyah

NIM : 44312110065

Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Pemasaran dan Periklanan

Jakarta, 13 Agustus 2016

Disetujui dan Diterima oleh:

Pembimbing Skripsi

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Bidang Studi Marcomm

(Dr. Yoyoh Herayah, S.Pd, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu

Komunikasi

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT, atas berkat dan rahmat- Nya serta junjungan Nabi besar Muhammad SAW, Karena rahmat dan karunianya dalam segala hal maka terselesaikan nya penyusunan skripsi ini. Tak lupa saya berterima kasih kepada kedua orang tua saya yang telah membimbing dan membeksarkan saya serta dukungan keluarga atas doa doa nya sehingga saya dapat melanjutkan proses perkuliahan dengan lancar . Dalam bagian ini saya bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Aktivitas Event Produk T-Drive PT Telkomsel Sebagai Media Promosi Di Pameran Gaikindo(GIIS 2015)*” Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada fakultas ilmu komunikasi dengan konsentrasi Marketing Communication & Advertising di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai kesalahan, tetapi berkat bantuan dan dukungan dari bebagai pihak,maka kesulitan ini dapat diatasi. Oleh karena itu,penulis mengucapkan banyak terima kasih pada pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik secara moril maupun materiil kepada:

1. Bapak Ahmad Mulyana selaku dosen pembimbing dan dosen mata kuliah seminar yang telah memberikan arahan dalam skema penulisan skripsi.Saya ingin berterima kasih banyak karena sudah meluangkan waktu dan berbagi ilmu serta memberikan saran dan masukan yang sangat berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Yoyoh Hereyah Selaku Ketua siding skripsi sekaligus ketua bidang Studi Jurusan Marketing Communication & Advertising Universitas Mercu Buana yang telah membantu dalam konsultasi perkuliahan sehingga saya dapat meyelesaikan penyusunan skripsi.
3. Bapak Morissan,MA selaku penguji ahli yang telah memberikan saran dan masukan nya untuk menyempurnakan skripsi ini.
4. Dosen Dosen Universitas Mercu Buana di Jurusan Marketing Communication & Advertsising yang telah memberikan banyak ilmu kepada peneliti.
5. Bapak Jaka Susanta selaku Vice President M2M Business,Serta Bapak Rio Novrianto dan Ellya M Pasaribu dan Harry Kurniawan selaku Narasumber pada

M2M Business Support yang telah banyak membantu saya dalam memberi segala bentuk ilmu, dan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian.

6. Keluarga besar khususnya kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan memberi semangat untuk tetap menjalankan proses kuliah dan akhir nya sampai pada saat saya menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman Marcomm and Advertising angkatan 2012 yang telah memberikan masukan,informasi,rekomendasi,serta pendapatnya juga tidak lupa saya ucapan terima kasih kepada M.Fadly Kurniawan atas semua bantuan dan dukungan nya.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna karena adanya keterbatasan pengetahuan,waktu,dan data yang dimiliki oleh peneliti, maupun surutnya semangat. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kita semua.

Wassalamualaikum. Wr Wb



Umatul Choiriyah (44312110065)

Fakultas Komunikasi
Marketing Communication & Advertising
Universitas Mercu Buana

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LEMBAR SKRIPSI	ii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL DAN DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Identifikasi Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kerangka Pemikiran.....	12
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	12
2.2.2 Bauran Pemasaran / Marketing Mix.....	12
2.2.4 Event Marketing Sebagai Elemen Promosi.....	15
2.2.5 Event.....	15
2.2.6 Analisa STP	22
BAB III	24
METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Paradigma	24
3.2 Sifat Penelitian.....	25
3.3 Metode Penelitian.....	26
3.4 Subjek Penelitian	27
2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27

3.6	Teknik Analisis Data.....	28
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	29
BAB IV		31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Gambaran Perusahaan.....	31
4.1.1	Profil Perusahaan.....	31
4.1.2	Produk Perusahaan.....	35
4.1.3	Pendistribusian Produk.....	39
4.1.4	Profil Konsumen	40
4.2	Hasil Penelitian.....	40
4.2.1	Analisa Aktivitas Event.....	41
4.2.2	Analisa Evaluasi Event.....	52
4.3	Pembahasan	53
BAB V		59
KESIMPULAN DAN SARAN		59
5.1	Kesimpulan	59
2.	Tahapan Event.....	60
3.	Analisa Evaluasi Event	61
5.2	Saran.....	64
5.2.1	Saran Akademis	64
5.2.2	Saran Praktis	64
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN.....		70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		79

DAFTAR TABEL DAN DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1: Penelitian terdahulu	7
Tabel 4.1: Penghargaan	33
Gambar 4.1: Produk T-drive	36
Gambar 4.2: Cara Penggunaan T-Drive dan Fitur.....	37
Gambar 4.3: Aplikasi T-drive	38
Gambar 4.4: Aplikasi T-drive	39
Gambar 4.5: Mitra E-Commerce untuk penjualan T-drive	40
Gambar 4.6: Pelepasan Peserta Holiday Test Drive menggunakan Produk T-Drive.....	43
Gambar 4.7: Liputan Majalah Autobild Untuk Holiday Test Drive 2015	44
Gambar 4.8: Media Promosi Twitter Untuk Produk T-Drive di event GIIAS	47
Gambar 4.9: Promo T-drive untuk pembelian blibli.com.....	48
Gambar 5.1: Harga Tdrive di blibli.com.....	63

