



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* KASKUS MELALUI
EVENT MARKETING DALAM MENINGKATKAN *BRAND*
*AWARENESS***

(Studi Kasus Event Kaskus Cendolin Indonesia Tahun 2015)

TESIS

MICO DESRIANTO

55215110074

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2017



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* KASKUS MELALUI
EVENT MARKETING DALAM MENINGKATKAN *BRAND*
*AWARENESS***

(Studi Kasus Event Kaskus Cendolin Indonesia Tahun 2015)

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana Program
Studi Magister Ilmu Komunikasi

MICO DESRIANTO

55215110074

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

2017



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi MPR KASKUS Melalui *Event Marketing* dalam meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus *Event Kaskus Cendolin Indonesia 2015*)
Nama : Mico Desrianto
NIM : 55215110074
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate Communication
Tanggal : 10 Agustus 2017

Jakarta, 10 Agustus 2017

Mengetahui,

UNIVERSITAS

1. Ketua Sidang : Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

2. Penguji Ahli : Dr. Syaifuddin, M.Si.

3. Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Mico Desrianto
NIM : 55215110074
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate Communication
Judul : Strategi MPR KASKUS Melalui *Event Marketing* dalam meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus *Event Kaskus Cendolin Indonesia 2015*)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 10 Agustus 2017

Menyetujui :

(Dr. Tuti Widiastuti, M.Si)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Strategi MPR KASKUS Melalui *Event Marketing* dalam meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus: *Event Kaskus Cendolin Indonesia 2015*)
Nama : Mico Desrianto
NIM : 55215110074
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate Communication
Tanggal : 5 Agustus 2017

Jakarta, 5 Agustus 2017

Mengetahui,

1. Ketua Sidang : Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

2. Penguji Ahli : Dr. Syaifuddin, M.Si

3. Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si



MERCU BUANA

PENGESAHAN TESIS

Judul : Strategi MPR KASKUS Melalui *Event Marketing* dalam meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus *Event Kaskus Cendolin Indonesia 2015*)
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Mico Desrianto
NIM : 55215110074
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 10 Agustus 2017

Mengesahkan:

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Tuti Widiastuti, M.Si)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi

(Prof. DR. Didik J. Rachbini)

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : Strategi MPR KASKUS Melalui *Event Marketing* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus Event Kaskus Cendolin Indonesia 2015)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Mico Desrianto

NIM : 55215110074

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate Communications

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 2 Agustus 2017



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tesis ini sesuai dengan harapan dan kemampuan peneliti. Di mana dalam penyusunan tesis ini peneliti mengangkat judul: “Strategi Komunikasi Pemasaran Event Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Event Kaskus Cendolin Indonesia 2015)”. Tesis ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Pascasarjana Studi Magister Ilmu Komunikasi.

Dalam proses penulisan tesis ini peneliti banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si selaku dosen pembimbing tesis yang telah berupaya keras memberikan bimbingan, saran dan masukan dalam penelitian ini.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
3. Kepada seluruh dosen pengajar Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Mercu Buana.
4. Seluruh rekan-rekan sekretariat Pascasarjana di kampus Menteng, khususnya Mas Warso.
5. Kedua orang tua penulis yang tidak pernah absen membantu serta mendoakan yang terbaik untuk anaknya.
6. Kedua saudara perempuan saya Mega Yuliana & Monica Yuliana.
7. Keponakan Penulis yaitu Nadyah Putri Rahmadhani, yang diharapkan bisa mengikuti jejak penulis.

8. Istri penulis yang belum ditemukan hingga tesis ini diterbitkan. Berkat dirinya, penulis jadi termotivasi untuk segera menyelesaikan studi.
9. Anak-anak penulis yang belum dibuat hingga tesis ini diterbitkan.
10. Kepada teman-teman seperjuangan dikelas Pascasarjana. Mereka yang terbaik, penulis beruntung memiliki teman seperti mereka.
11. Kepada rekan-rekan KASKUS Officers yang harus peneliti akui memiliki kecerdasan yang diatas rata-rata dan kebaikan hati yang tak terhingga.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



Jakarta, 2 Agustus 2017

Mico Desrianto

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA PENELITIAN	
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.2 Kerangka Pemikiran.....	17
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.3 Marketing Public Relations.....	23
5. Implementasi SOSTAC.....	31
2.2.4 Event Marketing.....	36
2.2.5 Brand Awareness.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian.....	58
3.3 Metode Penelitian.....	59
3.4 Fokus Penelitian.....	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	61

3.6 Teknik Analisis Data.....	62
3.7 Teknik Pemeriksa Keabsahan Data.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.1.3 Produk dan Layanan.....	68
4.1.5 Fungsi dan Peranan Divisi Marketing.....	74
4.2 Hasil Penelitian.....	76
4.2.1 Analisa SOSTAC.....	77
4.2.2 Penyusunan Kegiatan Event Ramadan.....	84
4.2.3 Pengelolaan Event Marketing dan Aktivitas WOM.....	88
4.3 Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran Penelitian.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	

MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1: Perkembangan KASKUS.....	73
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Model Komunikasi Pemasaran.....	19
Gambar 2.2: Awareness & Efektifitas Event Marketing.....	37
Gambar 2.3: Alasan Event Marketing dinilai efektif.....	38
Gambar 2.4: Faktor dalam Menentukan Keberhasilan Event Marketing...	38
Gambar 2.5: Masalah yang Dihadapi Ketika Melaksanakan Event.....	40
Gambar 4.1: Fakta KASKUS.....	66
Gambar 4.1.2: Logo KASKUS.....	66
Gambar 4.1.3: KASKUS Traffic.....	67
Gambar 4.1.4: KASKUS Top 10 Categories.....	68
Gambar 4.1.5: Forum KASKUS.....	69
Gambar 4.1.6: Kolom KASKUS Jual Beli.....	69
Gambar 4.1.7: Logo KasPay.....	70
Gambar 4.1.8: Logo E-Pulsa.....	71
Gambar 4.1.9: Logo Kaskus Ads.....	71
Gambar 4.2: Logo KASKUS Mobile App.....	72
Gambar 4.2.1: Keseluruhan Produk & Layanan KASKUS.....	72
Gambar 4.2.2: KASKUS DMP Segments.....	74
Gambar 4.2.3: Logistik Kaskus Cendolin Indonesia.....	78
Gambar 4.2.4: Pengenalan Event Kaskus Cendolin Indonesia.....	79
Gambar 4.2.5: Design Poster, Baliho & Spanduk.....	81
Gambar 4.2.6: Design Poster, Baliho & Spanduk.....	83
Gambar 4.2.7: Pelaksanaan Kaskus Cendolin Indonesia.....	84
Gambar 4.2.8: Strategi Word of Mouth KASKUS	92
Gambar 4.2.9: Promo Sosial Media.....	93