

ABSTRAK

Nama : Stefani Laurensia
NIM : 44219010048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi: Pengaruh *Special Event* “Exclusive Content: Puncak Hari Belanja Konsumen 3.15” di Shopee Live terhadap *Corporate Image* PT Shopee International Indonesia (Survey terhadap Pengguna Aktif Shopee Indonesia Pada Acara Exclusive Content 15 Maret 2022)
Pembimbing : Sandy Permata, S.Sos, M.I.Kom.

Penelitian ini dibuat bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh dari *special event* Exclusive Content: Puncak Hari Belanja Konsumen 3.15 di Shopee Live terhadap *Corporate Image* PT Shopee International Indonesia. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berlandaskan paradigma positivisme. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah para pengguna aktif Shopee yang menonton acara puncak Exclusive Content 3.15 di Shopee Live yang berjumlah 20 juta orang. Penarikan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* yang dihitung menggunakan rumus Slovin dengan hasil 100 responden. Uji analisis data menggunakan IBM SPSS 22. Nilai *corporate image* bertambah sebesar 0,745 dan apabila tidak ada kenaikan pada nilai *special event*, maka nilai *corporate image* adalah 12,031. Data yang diperoleh ini menyebutkan bahwa koefisien regresi ini bernilai positif dan arah pengaruh variabel *special event* (X) terhadap variabel *corporate image* adalah positif dengan besar pengaruhnya sebanyak 55,6%. Oleh sebab itu, adanya penyelenggaraan *special event* dapat mempertahankan *corporate image* perusahaan untuk menjaga *image* tersebut tetap positif di mata publik.

Kata Kunci: *Special Event*, *Corporate Image*, *Exclusive Content*, Hari Belanja Konsumen, Shopee

ABSTRACT

Name : Stefani Laurensia
NIM : 44219010048
Study Program : Communication Science
Title Thesis Report : The Influence of Special Event “Exclusive Content: Puncak Hari Belanja Konsumen 3.15” on Shopee Live for the Corporate Image of PT Shopee International Indonesia (Survey to Shopee Active Users on Exclusive Content Event Period March 15th 2022)
Counsellor : Sandy Permata, S.Sos, M.I.Kom.

This study is aimed to know and explain the influence of the “Exclusive Content: Puncak Hari Belanja Konsumen 3.15” special event on Shopee Live for the corporate image of PT Shopee International Indonesia. This study uses quantitative methods based on the positivism paradigm. The population used in this study are the Shopee users who watched Exclusive Content event on Shopee Live which are 20 million people in total. This study uses simple random sampling technique which was calculated using slovin formula and find the result of 100 respondents. The data analysis test is using IBM SPSS 22. The corporate image value increases by 0.745 and if there is no increase in the special event value, then the corporate image value is 12.031. The data obtained states that the regression coefficient is positive and the direction of the influence of the special event variable (X) on the corporate image variable (Y) is positive with a magnitude of 55,6%. Therefore, the holding of special events can maintain the company's corporate image to maintain a positive image in the eyes of the public.

Keywords: *Special Event, Corporate Image, Exclusive Content, Puncak Hari Belanja Konsumen, Shopee*