

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM
UPAYA MENINGKATKAN BRANDING
PERUSAHAAN CREATIVEVENT.ID**



Disusun Oleh:

Nazwa Anastasya Mauliana Anggraeni - 1409520032

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pariwisata

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN

USAHA PERJALANAN WISATA

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nazwa Anastasya Mauliana Anggraeni

NIM : 1409520032

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Fakultas : Ilmu Sosial

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Meningkatkan Branding Perusahaan CreativEvent.id”.

Adalah benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti/dilakukan sebelumnya. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa skripsi merupakan hasil plagiasi, Saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sebaik-baiknya untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Jakarta 17 Juli 2024



Nazwa Anastasya Mauliana Anggraeni

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI






Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



Tri Huis Wafri, M.A., Ph.D.

NIP : 198107182008011016

No.	Nama	TTD	Tanggal
1.	Ketua Sidang <u>Jenal Abidin, S. Pd., M.M. Par</u> NIP : 198110012024211001		17 / 2024 / 7
2.	Sekretaris Sidang <u>Revi Agustin Aisyianita, S. Hut., M. Sc</u> NIP : 199008092018032002		18 / 2024 / 7
3.	Penguji Ahli <u>Rezka Fedrina, S. ST., M.M</u> NIP : 197602082008122001		19 / 2024 / 7
3.	Pembimbing I <u>Yosi Erfinda, S. ST., M.M. Par.</u> NIP : 199106292022032009		18 / 2024 / 7
4.	Pembimbing II <u>Heryanti Utami, S. ST., M.M. Par.</u> NIP : 197609102006042002		18 / 2024 / 7

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nazwa Anastasya Mauliana Anggraeni
NIM : 1409520032
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial / Usaha Perjalanan Wisata
Alamat email : anastasyannazwa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Meningkatkan Branding

Perusahaan CreativEvent.id

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Juli 2024

Penulis



(Nazwa Anastasya Mauliana Anggraeni)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Allah tidak akan membebani seseorang melebihi kesanggupannya

QS. Al-Baqarah ayat 286

Persembahan

Karya ini dipersembahkan kepada :

Bapak, Ibu, Mba, Mamas, dan Diri Sendiri



ABSTRAK

Branding merupakan proses yang dilakukan untuk menciptakan *awareness* dan Branding adalah proses strategis untuk membangun kesadaran merek dan kepercayaan konsumen. Dalam era digital, pemasaran digital memainkan peran krusial dalam mendukung upaya branding melalui berbagai media seperti iklan, situs web, dan media sosial. Penelitian ini mengkaji strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh CreativEvent.id, sebuah startup di bidang event organizer, untuk meningkatkan branding di pasar yang kompetitif. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Hasil penelitian menunjukkan bahwa CreativEvent.id telah memanfaatkan berbagai platform digital dengan efektif, termasuk media sosial, situs web, dan iklan berbayar. Namun, terdapat beberapa area yang perlu ditingkatkan, seperti brand awareness, email marketing, promosi konten di media sosial, optimalisasi situs web, dan potensi pengembangan aplikasi seluler. Selain itu, CreativEvent.id harus menghadapi tantangan kompetisi dari aspek harga, promosi, dan kerjasama dengan kompetitor. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk strategi pemasaran digital yang lebih terintegrasi dan inovatif untuk memperkuat posisi CreativEvent.id di pasar.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Digital, *Branding*, SWOT

ABSTRACT

Branding is a strategic process for building brand awareness and consumer trust. In the digital era, digital marketing plays a crucial role in supporting branding efforts through various media such as advertising, websites and social media. This research examines the digital marketing strategy implemented by CreativEvent.id, a startup in the event organizer sector, to improve branding in a competitive market. The research method used is qualitative with SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). The research results show that CreativEvent.id has utilized various digital platforms effectively, including social media, websites and paid advertising. However, there are several areas that need to be improved, such as brand awareness, email marketing, content promotion on social media, website optimization, and potential for mobile application development. Apart from that, CreativEvent.id must face competition challenges in terms of price, promotion and collaboration with competitors. This research provides recommendations for more integrated and innovative digital marketing strategies to strengthen CreativEvent.id's position in the market.

Keywords: Digital Marketing Strategy, Branding, SWOT



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Meningkatkan Branding CreativEvent.id” di susun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar D4 Sarjana Terapan pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena ini, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Rahmat Darmawan, S. Pd., MM. Par, selaku kepala koordinator program studi Usaha Perjalanan Wisata, Universitas Negeri Jakarta
2. Ibu Yosi Erfinda, S. ST., M. Par, selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan meluangkan waktunya untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Heryanti Utami, S. ST. Par., MM. Par, selaku dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing II skripsi, yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
4. Bapak/Ibu Dosen jurusan Usaha Perjalanan Wisata, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan nasihatnya.
5. Bapak Nur dan Ibu Nur selaku orang tua penulis yang selalu memberikan do'a, dukungan, ridho, dan kekuatan penuh serta cinta dan kasih sayang. Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada mereka karena berkat dukungan dan kasih sayang orang tua penulis, sehingga penulis memiliki tekad untuk menuntaskan skripsi dan perkuliahan.
6. Penulis mengucapkan terimakasih kepada sahabat penulis yang tidak pernah lelah mendukung penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini yaitu Siti

Handayani, Qurota A'yun, Alifah Nurhikmah, Ayu Andini, dan Ilmiyati Mufidah.

7. Keluarga besar CreativEvent.id selaku tempat penelitian dan tempat magang industri penulis yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis untuk memperoleh data-data perusahaan secara lengkap.
8. Bapak Guruh Heriansyah, Bapak Rizky Nur Kamrullah, Mas Oka Maurianza, dan Mas Juan selaku informan yang telah meluangkan waktu dan bersedia untuk penulis wawancara.
9. Terimakasih kepada teman-teman terdekat Media Center World Water Forum 2024 dan tim HC yang telah mendengarkan keluh kesah penulis, motivasi, dukungan dan ilmunya kepada penulis yaitu Najwa Nabila, Frisia Delviera, Faten Amanda, Ziyad Akmalul Hadid, dan Mas Lalang Buana.
10. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan penulis jurusan Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2020, Universitas Negeri Jakarta yang selalu berbagi informasi dan motivasi selama studi di bangku perkuliahan.
11. Seluruh pihak yang terkait dengan penulis selama proses penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penulis.

Jakarta, 04 Juni 2024

Penulis

Nazwa Anastasya Mauliana Anggraeni

DAFTAR ISI

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRANDING PERUSAHAAN CREATIVEVENT.ID	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Teori.....	7
2.1.1 MICE	7
2.1.2 Strategi Pemasaran dalam Event.....	8
2.1.3 Strategi Pemasaran Digital dalam Event.....	15
2.1.4 Branding Perusahaan	23
2.1.5 Analisis SWOT	24
2.2 Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Pendekatan Penelitian.....	30
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Metode Pengumpulan Data	31

3.4 Operasional dan Variabel Penelitian	32
3.5 Teknik Analisis Data	34
3.6 Jadwal Penelitian	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Profil CreativEvent.id	38
4.1.1 Sejarah CreativEvent.id	38
4.1.2 Visi dan Misi.....	40
4.1.3 Bentuk dan Jenis Usaha	40
4.1.4 Struktur Organisasi	41
4.2 Deskripsi Profil Informan.....	42
4.3 Analisis STP Marketing (Segmentation, Targetting, Positioning) CreativEvent.id.....	43
4.3.1 Segmentasi Pasar CreativEvent.id	43
4.3.2 Targetting CreativEvent.id.....	45
4.3.3 Positioning CreativEvent.id	45
4.4 Analisis Marketing Mix CreativEvent.id.....	46
4.4.1 Product (Produk).....	46
4.4.2 Price (Harga).....	47
4.4.3 Place (Tempat).....	48
4.4.4 Promotion (Promosi).....	48
4.5 Implementasi Strategi Pemasaran Digital CreativEvent.id	52
4.6 Matriks IFE dan EFE.....	71
4.6.1 Maktris IFE (Internal Factor Evaluation)	71
4.4.2 Matriks EFE (External Factor Evaluation)	72
4.7 Maktris SWOT	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	39
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan	42
Gambar 4. 3 Jasa Organizer yang Ditawarkan CreativEvent.id.....	46
Gambar 4. 4 Deskripsi Produk pada Jasa Pro Organizer	47
Gambar 4. 5 Tampilan Keyword “Jasa Event Organizer Jakarta”	51
Gambar 4. 6 Laman “About Us” CreativEvent.id.....	54
Gambar 4. 7 Tampilan Utama Website CreativEvent.id dengan pencarian “Sewa Sound System Jakarta”.....	56
Gambar 4. 8 Macam-Macam Produk Sound System di CreativEvent.id.....	57
Gambar 4. 9 Struktur Navigasi Website CreativEvent.id	58
Gambar 4. 10 Special Package – Meeting Package CreativEvent.id	59
Gambar 4. 11 Laman website.....	60
Gambar 4. 12 Review dan Rating CreativEvent.id di Google	62
Gambar 4. 13 Engagement Website.....	63
Gambar 4. 14 Laman Instagram CreativEvent.id.....	64
Gambar 4. 15 Postingan pada Instagram CreativEvent.id	65
Gambar 4. 16 Feeds Instagram CreativEvent.id	66
Gambar 4. 17 Feeds Instagram CreativEvent.id	67
Gambar 4. 18 TikTok CreativEvent.id.....	67
Gambar 4. 19 Laman YouTube CreativEvent.id.....	68
Gambar 4. 20 YouTube Shorts CreativEvent.id	69
Gambar 4. 21 Laman Facebook CreativEvent.id	69
Gambar 4. 22 E-mail Penawaran.....	71
Gambar 4. 23 Diagram SWOT.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks SWOT	27
Tabel 3. 1 Operasional dan Variabel Penelitian.....	33
Tabel 3. 2 Jadwal penelitian.....	37
Tabel 4. 1 Nomor Induk Berusaha (NIB) CreativEvent.id	40
Tabel 4. 2 Daftar Harga CreativEvent.id berdasarkan Kategori Jasa Event Organizer dan Live Streaming.....	48
Tabel 4. 3 Matriks IFE	72
Tabel 4. 4 Matriks EFE	73
Tabel 4. 5 Matriks SWOT.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	88
Lampiran 2. Bukti Telah Melakukan Wawancara	96
Lampiran 3. Surat Izin Observasi.....	100
Lampiran 4. Surat Balasan Perusahaan Izin Observasi.....	101
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian.....	102
Lampiran 6. Transkrip Wawancara.....	104

