

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *EVENT SOLE VACATION***



*Oleh:*

**Gabriel Bayu Gumelar**

**140905473**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *EVENT SOLE VACATION***

**SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar S.I.Kom pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun oleh:

Gabriel Bayu Gumelar

140905473 / Kom

Disetujui oleh:



**Yohanes Widodo, S.Sos., M.Sc.**

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Event Sole Vacation

Penyusun : Gabriel Bayu Gumelar

NPM : 140905473

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 23 Februari 2021

Pukul : 13.00 WIB

Tempat :

### TIM PENGUJI

**Yohanes Widodo, S.Sos., M.Sc.**

Penguji Utama



(.....  
.....)

**Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si,**

Penguji I



(.....  
.....)

**Desideria Cempaka W. M., S.Sos., M.A., Ph.D.**

Penguji II



(.....  
.....)



## HALAMAN MOTTO

*“..Great people have great egos; maybe that's what makes them great.”*

*- Paul Arden -*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Tugas akhir ini kupersembahkan untuk Ibuk dan Bapak sebagai bentuk penuntasan tanggungjawabku sebagai penerus mimpi–mimpi kalian,*

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Kuasa atas segala petunjuk dan rahmat-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Event Solevacation.

Puji Tuhan, penulis dapat menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini, walaupun dengan segala keterbatasan dan kekurangan. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini, banyak pihak yang telah memberi bantuan, bimbingan, dukungan dan arahan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Kuasa dan Putra-Nya Yesus Kristus atas segala berkat dan karuni-Nya kepada penulis.
2. Terima kasih kepada ibu penulis, Elisabeth Sulastiyanti yang tidak henti-hentinya memberikan dorongan semangat dan kasih sayang agar penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Terima kasih kepada ayah penulis, Mikael Nugroho Pujiono yang selalu menjadi contoh laki-laki terbaik yang tangguh untuk penulis.
4. Terima kasih kepada Bapak Yohanes Widodo selaku dosen pembimbing penulis yang selalu dengan sabar membimbing penulisan tugas akhir ini.
5. Terima kasih kepada dosen-dosen FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta tanpa terkecuali yang telah memberikan penulis pengalaman terbaik di bangku kuliah.
6. Terima kasih kepada Tirta Mandira Hudhi dan seluruh team SOLEVACATION atas kerjasama dengan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Terima kasih kepada seluruh teman-teman FISIP UAJY terutama angkatan 2014 yang telah menemani penulis berproses selama kurang lebih 7 tahun ini.

Penulis

Gabriel Bayu Gumelar



## STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *EVENT SOLE VACATION*

### ABSTRAK

Dalam menghadapi situasi persaingan yang pesat secara langsung menimbulkan sempitnya wilayah pemasaran sehingga perlu digunakan inovasi pemasaran yang tepat agar tercapai apa yang menjadi tujuan perusahaan. *Sole Vacation* dalam proses pemasarannya tidak pernah terlepas dari proses strategi komunikasi pemasaran. Strategi komunikasi pemasaran digunakan sebagai media atau sarana untuk mengkomunikasikan pesan kepada para *audience Sole Vacation* pada perhelatan *sneakers festival* yang akan digelar.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan dengan wawancara dan dokumentasi. Subyek penelitian ini adalah anggota pengelola *Sole Vacation* dan juga pengunjung event *Sole Vacation*.

Komunikasi pemasaran *Sole Vacation* dengan menggunakan media online instagram. *Sole Vacation* dalam menginformasikan produk dan event yang diselenggarakan menggunakan strategi push, pull, pass dan profile strategy.

Dalam rangka untuk mendukung efektivitas melalui media instagram, *Sole Vacation* juga menggunakan *electronic word of mouth (ewom)* di media instagram yang memiliki efektivitas tinggi dalam menarik pengunjung event *Sole Vacation*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Sneakers, Sole Vacation

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAK .....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Kerangka Teori.....	8
1. Komunikasi Pemasaran.....	8
2. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	12
3. Media Sosial .....	14
4. Instagram dalam Komunikasi Pemasaran .....	23
5. <i>Electronic-Word-of-Mouth(e-WOM)</i> .....	25
F. Kerangka Konsep .....	27
G. Metodologi Penelitian .....	29
1. Jenis Penelitian .....	29
2. Metode Penelitian.....	30
3. Teknik Pengumpulan Data .....	30
4. Jenis Data .....	32
5. Subyek Penelitian.....	32

6. Analisis Data .....	33
<b>BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Sejarah <i>Sole Vacation</i> .....	36
B. Logo <i>Sole Vacation</i> .....	38
C. Tujuan <i>Sole Vacation</i> .....	38
D. Sekretariat <i>Sole Vacation</i> .....	39
E. Target Sasaran <i>Sole Vacation</i> .....	40
F. Struktur Organisasi <i>Sole Vacation</i> .....	41
G. Rangkaian Acara <i>Sole Vacation</i> .....	41
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>47</b>
<b>A. Temuan Data .....</b>	<b>47</b>
<b>B. Analisis Data .....</b>	<b>71</b>
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung event Solevacation di Semarang Tahun 2019.	5
Tabel 1.2. Marketing Communication Strategy Option .....	14
Tabel 1.3. Perbandingan Media Konvensional dan Media Baru.....	19

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo <i>Sole Vacation</i> .....	38
Gambar 2.2. Struktur Organisasi <i>Sole Vacation</i> .....	41
Gambar 2.3. Konser Musik.....	42
Gambar 2.4. Sneakers Market.....	43
Gambar 2.5. <i>Talkshow</i> .....	44
Gambar 2.6. Salah satu brand sepatu lokal yaitu Kompas.....	45
Gambar 2.7. Salah satu stand di acara <i>Sole Vacation</i> .....	45
Gambar 2.8. Workshop Sneakers .....	46
Gambar 3.1. Home Feeds Instagram <i>Sole Vacation</i> .....	51
Gambar 3.2. Bio Instagram <i>Sole Vacation</i> .....	56
Gambar 3.3. Penggunaan Hastag.....	57
Gambar 3.4. Flyer Event <i>Sole Vacation</i> .....	62
Gambar 3.2. Tiket <i>Sole Vacation</i> .....	66