

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA EVENT

INDONESIA VAPE EXPO (INVEX) 2020



SKRIPSI

Diajukan sebagai Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

LEONARDUS REYNALDO MARSADIO

140905259 / kom

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

2021

HALAMAN PERSETUJUAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA EVENT
INDONESIA VAPE EXPO 2020 (INVEX)
SKRIPSI

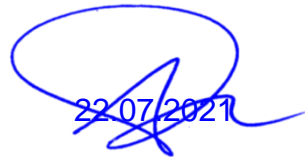
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

LEONARDUS REYNALDO MARSADIO

NPM: 140905259 / KOM

Disetujui Oleh:


22-07-2021

Dr. Phil. Yoseph Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A.,

Dosen Pembimbing

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

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Event
Indonesia Vape Expo 2020 (INVEX)

Penyusun : Leonardus Reynaldo Marsadio
NIM : 140905259

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi
yang diselenggarakan pada,

Hari/Tanggal : 8 Juli 2021

Pukul : 12.00

Tempat : Daring Melalui Aplikasi Zoom Meeting

Tim Penguji

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Penguji Utama



Dr. Phil. Yoseph Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A..

Penguji I



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Leonardus Reynaldo Marsadio

Nomor Mahasiswa : 140905259

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Skripsi : Strategi Komunikasi pemasaran Pada Event *Indonesia Vape Expo 2020 (INVEX)*

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Karya tulis ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya orang lain, hasil kerja orang lain ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis akhir saya secara asli.

Apabila di kemudian hari diduga kuat ada ketidak sesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 28 Mei 2021

Saya yang menyatakan,

Leonardus Reynaldo Marsadio

LEONARDUS REYNALDO MARSADIO

No. Mhs: 140905259/KOM

**Strategi Komunikasi pemasaran Pada Event *Indonesia Vape Expo 2020*
(INVEX)**

ABSTRAK

Berawal dari alat pengganti rokok konvensional menjadi rokok elektrik (*vape*) merupakan fenomena perkembangan jaman yang dapat dirasakan pada saat ini khususnya di Yogyakarta. Perlunya pembekalan serta edukasi mengenai cara dan etika dalam menggunakan rokok elektrik sangat penting. Di jaman media digital saat ini muncul pihak yaitu Indonesia Vape Expo (INVEX) yang memanfaatkan sosial media maupun event sebagai media untuk membagikan informasi dalam hal ini edukasi.

Untuk susunan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori strategi komunikasi Model Lasswell. Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam serta dilengkapi dokumentasi sebagai pendukung. Jenis penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang menggunakan model Miles dan Huberman. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana proses berjalannya event edukasi dimulai dari pemilihan pembicara, pesan edukasi apa yang akan disampaikan serta media apa saja yang dipilih oleh Indonesia Vape Expo (INVEX) untuk melaksanakan strategi komunikasi pemasaran sesuai dengan yang akan direncanakan.

Indonesia Vape Expo mempunyai visi dan misi memberikan edukasi dan informasi mengenai rokok elektrik (*vape*), karena banyaknya isu negatif mengenai rokok elektrik serta adanya berita palsu atau *hoaks* mengenai efek negatif dari penggunaan rokok elektrik, yang bahwa hal itu banyak disebabkan salah penggunaan atau *human error*. Dikarenakan itu INVEX melakukan edukasi melalui salah satu rangkaian *event* agar para pengguna rokok elektrik di Yogyakarta dapat memahami mengenai regulasi serta cara penggunaan secara baik dan benar.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Tulis ini aku persembahkan kepada:

Seluruh keluarga terlebih untuk mama saya Caroline Kurnia Dewi yang berperan banyak dan paling banyak mensupport saya dalam karya tulis ini, serta papa saya

Bambang Marsatriantoro, dan adik-adik saya serta seluruh sahabat yang telah

mendukung peneliti dalam pengerjaan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Pertama tama puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat yang telah diberikan, peneliti berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi pemasaran pada *event Indonesia Vape Expo 2020 (INVEX)* untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari peran dan dukungan banyak pihak yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan doa. Peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Antonius Bambang Marsatriantoro yang selalu mendoakan saya dan Ibu saya Caroline Kurnia Dewi yang tidak pernah berhenti memberikan semangat dan doa terbaik untuk saya.
2. Pak Yoseph Bambang Wiratmojo, berkenan menjadi pembimbing skripsi. Serta selalu memberikan bimbingan dan saran yang sangat membantu saya dalam pengerjaannya.
3. Mas Tata Jamil selaku Founder panitia Indonesia Vape Expo dan mas Cand selaku Supervisor dan mas Candra Himawan Ketua Panitia Indonesia Vape Expo 2020 yang dengan baik hati bersedia membantu dan mendoakan dalam proses penulisan skripsi.
4. Makam Squad (Bella Putri, Ayu, Rhey Antonio, Lois Prasetyo, Irwanto, Ferdo), Kumpul Keboel Yogyakarta (Rosi Kaonk, Ucen, Dimas Ncek, Borrys, Panji WRP, Kirmus, Fadil) yang selalu mendukung dalam pengerjaan skripsi ini.

Yogyakarta, 28 Mei 2021

Leonardus Reynaldo Marsadio

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	10
1. Strategi Komunikasi.....	12
2. Komunkasi	15
3. Ciri-Ciri Komunikasi	17
4. Tujuan Strategi Komunikasi	18
5. Perumusan Strategi Komunikasi.....	18
6. Memilih Media atau Saluran Komunikasi	23
7. Event	25
8. Strategi Komunikasi dalam Event	27
9. Komunikasi Pemasaran.....	28
10. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	29
F. Kerangka Konsep	31
1. Perencanaan Event	31
2. Pelaksanaan Event	32
G. Metode Penelitian	35
1. Objek Penelitian.....	36
2. Teknik Analisis Data.....	37
3. Keabsahan Data	40
BAB II.....	43
DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN	43

A. Indonesia Vape Expo.....	43
B. Narasumber Penelitian.....	45
BAB III	49
TEMUAN DATA DAN ANALISIS DATA	49
A. Hasil Temuan Data	50
B. Analisis Data.....	67
BAB V	73
PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	xii
LAMPIRAN.....	xiv

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1	12
GAMBAR 2	35
GAMBAR 3	44
GAMBAR 4	45
GAMBAR 5	48
GAMBAR 6	49
GAMBAR 7	55
GAMBAR 8	57
GAMBAR 9	59
GAMBAR 10	65
GAMBAR 11	67
GAMBAR 12	69
GAMBAR 13	70
GAMBAR 14	72