

EVENT BRAND ACTIVATION BOBO FAIR 2012 “JOURNEY TO THE WORLD”

**(Studi Kasus pada Event 10 Years Bobo Fair “Journey to The World” periode 4 – 8 Juli
Tahun 2012 di Jakarta Convention Center dalam Meningkatkan *Brand Loyalty*
Majalah Bobo)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh :

B.R.AJ KOES LUPITA MAHARANI

09 09 03752

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

2013

EVENT BRAND ACTIVATION BOBO FAIR 2012 “JOURNEY TO THE WORLD”

**(Studi Kasus pada Event 10 Years Bobo Fair “Journey to The World” periode 4 – 8 Juli
Tahun 2012 di Jakarta Convention Center dalam Meningkatkan *Brand Loyalty*
Majalah Bobo)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

B.R.AJ KOES LUPITA MAHARANI

09 09 03752

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

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

Event Brand Activation Bobo Fair 2012 “Journey to the World” (Studi Kasus pada Event 10 Years Bobo Fair “Journey to The World” periode 4 – 8 Juli Tahun 2012 di Jakarta Convention Center dalam Meningkatkan Brand Loyalty Majalah Bobo)

SKRIPSI

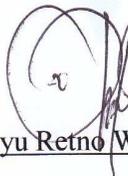
Disusun Guna Melengkapi Tujuan Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

B.R.Aj Koes Lupita Maharani

No. Mhs : 09 09 03752 / KOM

Disetujui Oleh :



Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi: *Event Brand Activation Bobo Fair 2012 “Journey to World”* (Studi Kasus pada Event *10 Years Bobo Fair “Journey to The World”* periode 4 – 8 Juli Tahun 2012 di Jakarta Convention Center dalam Meningkatkan *Brand Loyalty* Majalah Bobo)

Penyusun : B.R.Aj Koes Lupita Maharani

NPM : 09 09 03752

Telah diuji dihadapan penguji pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari / tanggal : 26 September 2013

Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendaran Universitas Atma Jaya
Yogyakarta

TIM PENGUJI

1. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

2. Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si.

Penguji I

3. Yoseph Bambang Wiratmojo S.Sos., MA.

Penguji II



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : B.R.Aj Koes Lupita Maharani

NPM : 09 09 03752

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi *Event Brand Activation* Bobo Fair 2012 “*Journey to the World*”
(Studi Kasus pada Event *10 Years Bobo Fair*
“*Journey to The World*” periode 4 – 8 Juli Tahun
2012 di Jakarta Convention Center dalam
Meningkatkan *Brand Loyalty* Majalah Bobo)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan kecurangan / penjiplakan / plagiat, maka saya menerima sanksi akademik, sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 24 Oktober 2013



METRAI
KEMPH
6000
DJP
NOMOR RIBU KUPAH
5000AAB242126581

B.R.Aj Koes Lupita Maharani

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul *Event Bobo Fair 2012 “Journey to the World”* (Studi Kasus pada Event *10 Years Bobo Fair “Journey to The World”* periode 4 – 8 Juli Tahun 2012 di Jakarta Convention Center dalam Meningkatkan *Brand Loyalty* Majalah Bobo). Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Selama penulisan ini penulis tentunya mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang senantiasa memberi berkat, rahmat, kekuatan dan penyertaan dalam setiap langkah hidup saya, hingga sampai saat ini penulis dapat menyelesaikan tulisan ini.
2. Eyang-eyang leluhur dan kakek nenek saya yang saya yakin sangat berbahagia di surga S.I.S.K.S Pakubuwono XII dan K.R.Ay Mandayaningrum. Laporan ini saya persembahkan untuk beliau-beliau, terlebih untuk Bi Ndaya yang selama ini saya hanya mengenal beliau dari cerita mama saja dan Eyang Ageng yang selalu mengajarkan untuk menjadi orang yang semeleh dan legowo.
3. Kedua orang tua saya, K.P Timur Tjiptokusumo dan G.R.Ay Koes Soewiyah atas cinta, kasih sayang, dukungan dalam bentuk materi maupun dukungan doa dan morilnya. Terimakasih untuk segalanya selama saya mengerjakan skripsi. *Je suis amore le toi* mama papa. Kedua kakakku tersayang B.R.Aj Koes Tia Tjipto Mandarini, S.E dan B.R.M Dimas Soeryo Baskoro. Terima kasih atas dukungan dan cerita selama saya mengerjakan skripsi.
4. Yang terhormat Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si. , selaku dosen pembimbing terima kasih atas bimbingan dan koreksi yang sudah diberikan untuk skripsi ini.

5. Yang terhormat F.Anita Herawati, SIP., M.Si. dan Yoseph Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA., Agus Putranto M.Si selaku dosen penguji skripsi ini dan saya ucapkan terima kasih atas koreksi yang sudah diberikan.
6. Yang terhormat G.R.Ay Koes Sabandiyah selaku Publisher Media Anak yang selama ini member pencerahan atas segala bentuk hal yang berkaitan dengan penelitian skripsi saya. Ngaturaken sembah nuwun sanget.
7. Yang terhormat keluarga besar Kompas Gramedia Jakarta, terlebih Majalah Bobo, Mas Jones, Mbak Iren, Mas Gatot, Mas Harizebua, Mbak Kussusani Mbak Putu, Mbak Ricken, Mas Miko, Mbak Citra, Mbak Clarissa, team redaksi Bobo, team promosi Bobo, team Sanggar Kreatifitas Bona, dan team Klub Bobo. Radyatama terutama mbak Apriani Terima kasih atas kesempatan mendapatkan pengalaman berharga di Kompas Gramedia Jakarta dan Radyatama.
8. Untuk Remedy Waloni, Ucha, Della, Dina, Lisma, Tsanie, Tita, Indra, James, Yudha, Tity, Hamam, Matias, Tata, Ferina, Bule, Vita, Amel, Fani, Djaja, Erick, Roy, Ratih, Dorryn, Liza, Atin, Uut ,Clara, mas Tanjung, Kak Io, Tere dan teman-teman lainnya yang menjadi *mood booster* saya selama mengerjakan skripsi.

Semoga penelitian ini bermanfaat untuk para pembaca dan kepada peneliti lain semoga penelitian ini bermanfaat untuk dikembangkan pada ruang lingkup yang lebih luas dan analisis yang lebih tajam.

Yogyakarta, 24 Oktober 2013

B.R.Aj Koes Lupita Maharani

ABSTRAKSI

Majalah Bobo menyandang gelar sebagai media anak terbesar pertama di Indonesia menurut Nielsen Research dan Top Brand Award, hal tersebut membuat majalah Bobo harus tetap mempertahankan eksistensi dari majalah di Indonesia. Majalah Bobo bekerja sama dengan Radya Tama selaku *event organizer* yang dipercaya menjadi pelaksana dari Bobo Fair 2012 “*Journey to the World*”. Bobo Fair 2012 merupakan *event* besar yang menggandeng klien dan tenant hampir 300 perusahaan. Usaha membuat tema yang unik dilakukan agar menarik *stakeholder* dan pengunjung. Tema 2012 adalah “*Journey to the World*” yang merupakan sarana edutainment hasil implementasi rubrik majalah Bobo ke dalam *brand activation*. Pengunjung yang merupakan pelanggan dan calon pelanggan. Tujuan dari Bobo Fair 2012 adalah meningkatkan *sales* dan loyalitas pelanggan. Majalah Bobo menciptakan *brand experience* liburan keluarga di JCC dengan tema keliling dunia karena majalah Bobo dan Radyatama melihat ada fenomena tiket murah ke luar negeri. Penelitian ini memberikan kontribusi untuk mengetahui *brand activation* dalam meningkatkan *brand loyalty* dari majalah Bobo. *Brand Activation* yang dilaksanakan oleh majalah Bobo berupa *event* tahunan yang mengangkat tema berbeda sesuai dengan tren yang ada. *Brand activation* yang dilakukan oleh majalah Bobo melalui beberapa tahap sesuai dengan *Integrated Marketing Communication Planning* mulai dari proses perencanaan, implementasi, monitoring dan evaluasi. *Brand experience* yang tercipta berkaitan dengan tahapan dari *IMC Planning* yang sudah dilakukan oleh majalah Bobo. *Experience* yang ada di benak pengunjung dalam hal ini adalah pelanggan dan calon pelanggan diharapkan akan menyebabkan mereka untuk menjadi loyal terhadap majalah Bobo. Bobo Fair 2012 memiliki kaitan dengan majalah Bobo, karena merupakan *brand activation* dalam hal ini adalah *event*. Berbagai kegiatan yang ada di Bobo Fair 2012 “*Journey to the World*” merupakan bentuk konkrit dari rubrik majalah Bobo yang di implementasikan menjadi berbagai macam acara dan kompetisi di Bobo Fair 2012, *Brand activation* dalam meningkatkan *brand loyalty* majalah Bobo dalam penelitian ini memang tercapai dengan adanya pemenuhan hasil dari KPI (*Key Performance Indicator*) Bobo Fair 2012 dan hasil dari wawancara dengan pengunjung Bobo Fair 2012 yang memunculkan *image* majalah Bobo sebagai teman bermain dan belajar serta kesediaan mereka untuk berlangganan, menambah langganan dan ketersediaan mereka untuk datang lagi ke Bobo Fair tahun mendatang.

Kata Kunci : Bobo Fair, Brand Activation, Majalah Bobo, Brand Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR DIAGRAM	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	17
D. Manfaat Penelitian	
1. Manfaat Akademis	17
2. Manfaat Praktis	17
E. Kerangka Teori	18
F. Kerangka Pemikiran	36
G. Kerangka Kosep	37
H. Metode Penelitian	46
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Majalah Bobo	57
1. Informasi Lokasi Perusahaan	59

2. Visi dan Misi	
2.1 Visi	60
2.2 Misi	60
3. Motto Perusahaan	61
3.1 Profil Pembaca dari Majalah Bobo	61
3.2.1 Segmentasi	61
3.2 Targeting	61
3.3 Format Majalah	62
3.4 Struktur Organisasi	63
3.5 Mitra Kerja Majalah Bobo	65
3.6 Informasi Berlangganan Majalah Bobo	65
3.7 <i>Brand Activation</i> Majalah Bobo	66
B. Sejarah PT. Dyandra Promosindo	71
1. Informasi Perusahaan	74
2. Visi dan Misi	
2.1 Visi	75
2.2 Misi	75
3. Struktur Organisasi	75
C. Profil Bobo Fair 2012 “ <i>Journey to the World</i> ”	76
1. Informasi Umum	76
2. Peserta Pameran	77
3. Lahan Pameran yang Terpakai	78
4. Stand	79
5. Jumlah Pengunjung	79
BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	
A. Perencanaan <i>Brand Activation</i> Bobo Fair 2012 “ <i>Journey to the World</i> ”	
1. Latar Belakang Bobo Fair	81

2. Ide Awal Acara Bobo Fair 2012 “ <i>Journey to the World</i> ”	86
3. Perumusan Proposal <i>Brand Activation</i> Bobo Fair 2012	92
4. <i>Budgeting Brand Activation</i> Bobo Fair 2012	97
5. Media Komunikasi <i>Brand Activation</i> Bobo Fair 2012	103
6. Pelaksanaan dan Hasil dari <i>Brand Activation</i>	106
7. Implementasi Rubik Majalah Bobo dalam <i>Brand Activation</i> 2012	112
8. Evaluasi <i>Brand Activation</i> Bobo Fair 2012 “ <i>Journey to the World</i> ”	119
B. Pembahasan	
1. Bobo Fair 2012 “ <i>Journey to the World</i> ” sebagai <i>Brand Activation</i>	143
2. Peran <i>Brand Activation</i> Bobo Fair 2012 dalam Meningkatkan <i>Brand Loyalty</i> Majalah Bobo	155
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	163
B. Saran	
1. Akademis	165
2. Praktis	166
DAFTAR PUSTAKA	168
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar :	Halaman
Gambar 1 : Pasar Anak	2
Gambar 2 : Grafik Data Pengunjung Bobo Fair 2008 – 2012	6
Gambar3 : Grafik Pengaruh Daya Beli Terhadap Suatu Produk Anak	8
Gambar 4 : Integrated Marketing Communication Planning	28
Gambar 5 : Piramida Loyalitas Pelanggan	33
Gambar 6 : Kerangka Pemikiran	36
Gambar 7 : Integrated Marketing Communication Planning	38
Gambar 8 : Peserta Pameran Bobo Fair 2012	77
Gambar 9 : Peta Bobo Fair 2012 Jakarta	78
Gambar 10 : Logo Bobo Fair 2012 “Journey to the World”	89
Gambar 11 : Media Above The Line – TVC Kompas Tv	104
Gambar 12 : Iklan dan Flyer Kompetisi Bobo Fair 2012	105

DAFTAR TABEL

Tabel :	Halaman
Tabel 1 : Sirkulasi Majalah Bobo	7
Tabel 2 : Pengunjung Pameran Bobo Fair 2012 Jakarta	79
Tabel 3 : Susunan Acara Bobo Fair 2012 “ <i>Journey to the World</i> “	107
Tabel 4 : Informasi berlangganan Majalah Bobo	121
Tabel 5 : Informasi mengenai produk Majalah Bobo	122
Tabel 6 : Manfaat dari produk Majalah Bobo	123
Tabel 7 : Kepuasan akan produk Majalah Bobo	123
Tabel 8 : Pengetahuan pelanggan soal diferensiasi Majalah Bobo	124
Tabel 9 : Informasi tentang <i>brand activation</i> Majalah Bobo	125
Tabel 10 : Program <i>brand activation</i> Majalah Bobo yang diketahui	125
Tabel 11 : Informasi penyelenggaraan Bobo Fair 2012	126
Tabel 12 : Pengetahuan mengenai penyelenggaraan Bobo Fair 2012	127
Tabel 13 : Kunjungan ke penyelenggaraan Bobo Fair 2012	127
Tabel 14 : Ketertarikan dengan Bobo Fair 2012	128
Tabel 15 : Pendapat mengenai Bobo Fair 2012	129
Tabel 16 : Evaluasi Bobo Fair 2012	130
Tabel 17 : Manfaat Bobo Fair 2012	131
Tabel 18 : Kepuasan setelah mengunjungi Bobo Fair 2012	132
Tabel 19 : Kesan setelah mengikuti Bobo Fair 2012	133

Tabel 20 : Ketersediaan untuk datang kembali tahun depan	134
Tabel 21 : Perubahan pengetahuan dan informasi setelah mengikuti acara	135
Tabel 22 : Ketersediaan berlangganan setelah mengikuti Bobo Fair 2012	136
Tabel 23 : Data pembelian Majalah Bobo pada Bobo Fair	141



DAFTAR DIAGRAM

Diagram :	Halaman
Diagram 1 : Alur Perumusan <i>Brand Actiavtion</i> Bobo Fair 2012	94



DAFTAR LAMPIRAN

1. Interview Guide dengan Majalah Bobo
2. Interview Guide dengan Radyatama
3. Interview Guide dengan Pengunjung Bobo Fair 2012 “*Journey to the World*”
4. Transkrip Wawancara dengan Majalah Bobo
5. Transkrip Wawancara dengan Radyatama
6. Transkrip Wawancara dengan Pengunjung Bobo Fair 2012 “*Journey to the World*”
7. Bobo Sales Kit Proposal “*Journey to the World*”
8. Foto Dokumentasi Bobo Fair 2012