



Judul Penelitian Skripsi:

Strategi *Experiential Marketing Brand* Lokal Taka Craft (Studi Kasus *Custom Workshop* Taka Craft)

**Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
Dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nama : Rakan Adiantoro

NIM : 1610411184



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar:

Nama : Rakan Adiantoro

NIM : 1610411184

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juli 2020

Yang menyatakan,



Rakan Adiantoro

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Rakan Adiantoro

Nim : 1610411184

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : Strategi *Experiential Marketing Brand* Lokal Taka Craft (Studi Kasus
Custom Workshop Taka Craft)

Telah berhasil dipertahankan didepan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing I



Lukman Saleh Waluyo, M.Si

Pembimbing II



Irpan Ripa'I Sutowo, M. Si

Ketua Program Studi



(Maria Febriana Christianti, M. Si)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena dengan berkat kasih dan sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan mengangkat judul **“STRATEGI *EXPERIENTIAL MARKETING BRAND* LOKAL TAKA CRAFT (STUDI KASUS *CUSTOM WORKSHOP* TAKA CRAFT)“**.

Proposal ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mengajukan penelitian berupa penulisan skripsi yang dimana skripsi merupakan syarat untuk mendapatkan gelar sarjana dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam kesempatan ini, penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada pihak yang telah membantu atau membimbing saya dalam penyusunan tugas ini yaitu Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik saya dan Lukman Saleh Waluyo, M.Si serta Irpan Ripa’I Sutowo, M.Si. selaku dosen pembimbing 1 dan 2 saya yang telah banyak membantu memberikan masukan serta informasi terkait proposal skripsi ini.

Terlepas dari semua itu, saya menyadari karena keterbatasan pengetahuan, saya yakin masih banyak kekurangan dalam proposal ini. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan proposal ini. Semoga proposal sederhana ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 03 Maret 2020



Rakan Adiantoro

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai civitas akademil Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rakan Adiantoro
NIM : 1610411184
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Strategi *Experiential Marketing Brand Lokal Taka Craft* (Studi Kasus *Custom Workshop Taka Craft*)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : Juli 2020

Yang Menyatakan,



Rakan Adiantoro

STRATEGI EXPERIENTIAL MARKETING
BRAND LOKAL TAKA CRAFT
(Studi Kasus Custom Workshop Taka Craft)

RAKAN ADIANTORO

ABSTRACT

This study aims to analyze the Taka Craft Local Brand Experiential Marketing Strategy with a Custom Workshop as the study case. This study aims to find out the reasons and strategies of Taka Craft in its Experiential Marketing through a Custom Workshop. This study uses the SOSTAC Model to analyze the strategies used by Taka Craft in the Custom Workshop. The research approach used in this research is a descriptive qualitative approach with a case study method. This research was conducted by interviewing informants and key informants from Taka Craft consisting of Owner, Crew and Consumers. In addition, a literature study was also carried out in this research.

Keywords: *Below the Line, Experiential Marketing, Custom Workshop, Taka Craft*

STRATEGI EXPERIENTIAL MARKETING
BRAND LOKAL TAKA CRAFT
(Studi Kasus Custom Workshop Taka Craft)

RAKAN ADIANTORO

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai Strategi *Experiential Marketing Brand Lokal Taka Craft* dengan studi kasus *Custom Workshop*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan dan strategi Taka Craft *dalam Experiential Marketing* nya melalui *Custom Workshop*. Penelitian ini menggunakan Model SOSTAC untuk menganalisa strategi yang digunakan oleh Taka Craft dalam *Custom Workshop*. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan metode studi kasus. Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara dengan informan dan *key informan* dari Taka Craft yang terdiri dari *Owner, Crew* hingga Konsumen. Selain itu juga dilakukan studi kepustakaan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Below the Line, Experiential Marketing, Custom Workshop, Taka Craft*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORSINALITAS	I
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	II
KATA PENGANTAR	III
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	IV
ABSTRAK.....	V
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR	X
BAB I PENDAHULUAN	01
1.1 Latar Belakang	01
1.2 Fokus Penelitian	07
1.3 Pertanyaan Penelitian	07
1.4 Tujuan Penelitian	07
1.5 Manfaat Penelitian	08
1.6 Sistematika Penulisan	08
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Konsep-konsep Penelitian	16
2.2.1 Promosi <i>Below The Line</i>	16
2.2.1.1 Tujuan Promos <i>Below The Line</i>	17
2.2.1.2 Keunggulan Promosi <i>Below The Line</i>	17
2.2.2 <i>Brand Activation</i>	18
2.2.2.1 Tujuan <i>Brand Activation</i>	18
2.2.2.2 Kekuatan <i>Brand Activation</i>	18
2.2.3 Strategi <i>Experiential Marketing</i>	19
2.2.3.1 Tujuan Strategi <i>Experiential Marketing</i>	20
2.2.3.2 Jenis-jenis Strategi <i>Experiential Marketing</i>	20
2.2.4 <i>Custom Workshop</i>	22
2.2.5 Model Analisis SOSTAC	23

2.3 Kerangka Berpikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Metode Pengumpulan Data	28
3.1.1 Data Primer	28
3.2 Penetapan <i>Key Informan</i> dan Informan	29
3.3 Teknik Analisis Data	30
3.3.1 Pengumpulan Data	31
3.3.2 Reduksi Data	31
3.3.3 Penyajian Data	31
3.3.4 Kesimpulan dan Verifikasi	32
3.4 Teknik Keabsahan Data	32
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.1.1 Sejarah Taka Craft.....	35
4.1.2 Profil Perusahaan.....	36
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.1.4 Motto Perusahaan.....	37
4.1.5 <i>Brand Value</i>	37
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Mengapa Taka Craft Menjalankan Strategi <i>Experiential Marketing</i> Melalui <i>Custom Workshop</i>	39
4.2.2 Bagaimana Menerapkan Strategi <i>Experiential Marketing</i> Taka Craft Melalui <i>Custom Workshop</i>	46
4.3 Pembahasan.....	49
4.3.1 Analisis Alasan Mengapa Taka Craft Menjalankan Strategi <i>Experiential Marketing</i> Melalui <i>Custom Workshop</i>	50
4.3.2 Analisis Alasan Bagaimana Taka Craft Menjalankan Strategi <i>Experiential Marketing</i> Melalui <i>Custom Workshop</i>	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2 Kerangka Berpikir	25
Tabel 3 Waktu dan Lokasi Penelitian	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Taka Craft dari 2013-sekarang	03
Gambar 1.2 Lookbook	03
Gambar 1.3 <i>Custom Workshop offline events</i>	04
Gambar 1.4 <i>Custom Workshop Customer</i>	06
Gambar 4.1 <i>Brand Story</i>	38
Gambar 4.2 <i>Custom Workshop Event</i>	53
Gambar 4.3 <i>Custom Workshop Flyer Event</i>	56
Gambar 4.4 <i>Instagram Followers Insights</i>	57
Gambar 4.5 Taka Craft <i>Custom Workshop</i> x Ryan Ady Putra	59