

**SKRIPSI**

**PENGARUH *EVENT JAZZ TRAFFIC FESTIVAL*  
TERHADAP *BRAND AWARENESS* RADIO SUARA  
SURABAYA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh :

Maria Alvina

NRP. 1423014092

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2018**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Maria Alvina

NRP : 1423014092

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul ;

**Pengaruh *Event Jazz Traffic Festival Terhadap Brand Awareness Radio Suara Surabaya***

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasimaka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 4 Juli 2018

Penulis



Maria Alvina

NRP. 1423014092

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPS**

**PENGARUH *EVENT JAZZ TRAFFIC FESTIVAL* TERHADAP  
*BRAND AWARENESS* RADIO SUARA SURABAYA**

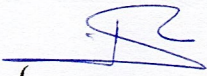
**OLEH:**

**MARIA ALVINA**

**NRP. 1423014092**

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

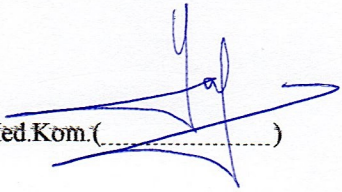
Pembimbing I : Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si



(.....)

NIK. 142.09.0647

Pembimbing II : Finsensius Y.P., S.Sos., M.Med.Kom.(.....)



NIK. 142.09.0633

Surabaya, 5 Juni 2018

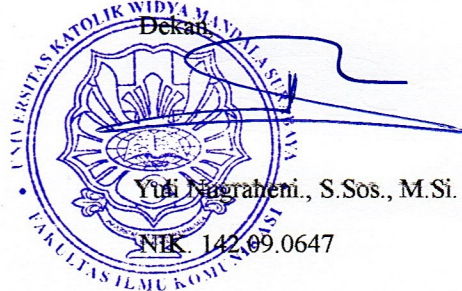
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahakan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada : Jumat, 22 Juni 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Dewan Penguji:

1. Ketua : Brigitta Revia S. F, S.I.Kom., M.Med.Kom. NIK. 142.15.0849
2. Sekretaris : Finsensius Yuli P., S.Sos., M.Med.Kom NIK. 142.09.0633
3. Anggota : Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si. NIK. 142.09.0647
4. Anggota : Theresia Intan P.H., S.Sos., M.I.Kom NIK. 142.10.0651

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Maria Alvina

NRP : 1423014092

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : “PENGARUH *EVENT JAZZ TRAFFIC FESTIVAL* TERHADAP *BRAND AWARENESS* RADIO SUARA SURABAYA”

Untuk dipublikasikan ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perputakaan UKWMS) untuk akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Juli 2018

Yang menyatakan,



Maria Alvina

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Selalu mengusahakan yang terbaik dalam suatu perkara dan bersandar pada Tuhan, pasti akan ada jalan yang terbaik yang telah Tuhan siapkan. Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Hal ini semua dapat dilalui berkat doa dan dukungan dari keluarga dan sahabat yang membuat penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih,

Surabaya, 5 Juli 2018

Maria Alvina

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena rahmat dan kasih-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *PENGARUH EVENT JAZZ TRAFFIC FESTIVAL TERHADAP BRAND AWARENESS RADIO SUARA SURABAYA*. Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis telah melakukan pengujian mengenai pengaruh *event* terhadap *brand awareness*. *Event* yang akan digunakan dalam skripsi ini adalah *event Jazz Traffic Festival* yang diadakan oleh radio Suara Surabaya.

Terselesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmatNya dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Orangtua dan keluarga penulis atas doa dan dukungan yang membuat penulis semakin termotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Finsensius Yuli P., S.Sos., M.Med.Kom. dan Ibu Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing penulis hingga proposal skripsi ini dapat selesai dengan baik.

4. Bapak Rudy Hartono, dari Radio Suara Surabaya yang telah menyediakan waktu untuk di wawancarai mengenai *Jazz Traffic Festival*.
5. Bapak Ady dan Ibu Listy, *data and research* Radio Suara Surabaya dalam membantu penulis mengumpulkan data yang diperlukan mengenai Jazz Traffic Festival
6. Teman-teman yang sudah mendukung dan memotivasi dalam pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun penulisan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis juga menyampaikan permohonan maaf apabila ada kata-kata yang kurang berkenan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Terimakasih. Tuhan Yesus memberkati.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Batasan Penelitian.....	6
I.5 Manfaat Penelitan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
II.1 Kerangka Teori.....	7
II.1.1 Event.....	7
II.1.1.1.Special Event.....	7
II.1.1.2.Jenis-jenis Event.....	8

II.1.1.3. Karakteristik Special Event .....	9
II.1.2 Marketing Communication .....	10
II.1.2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	11
II.1.2.2 Ekuitas Merek .....	13
II.1.3 Hubungan Antara Event dengan <i>Brand Awareness</i> .....	20
II.2 Nisbah Antar Konsep .....	21
II.3 Bagan Kerangka Teori .....	22
II.4 Hipotesis .....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
III.1 Pendekatan Dan Metode Penelitian .....	24
III.2 Metode .....	25
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian .....	25
III.4 Definisi Konseptual .....	26
III.5 Definisi Operasional .....	27
III.6 Populasi Dan Sampel .....	31
III.6.1 Populasi .....	31
III.6.2 Sampel .....	31
III.7 Teknik Penarikan Sampel .....	32
III.8 Teknik Pengumpulan Data .....	32
III.9 Teknik Validitas Dan Reliabelitas .....	34
III.9.1 Validitas .....	34
III.9.2 Reliabilitas .....	35
III.10 Teknik Analisis Data .....	36
III.10.1 Skala Interval .....	38
III.10.2 Analisis Korelasi .....	39
III.10.3 Analisis Regresi .....	40
III.10.4 Uji Hipotesis .....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	42
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian .....	42
IV.1.1. Penonton <i>Event Jazz Traffic Festival</i> .....	42
IV.1.2. Gambaran Umum <i>Event Jazz Traffic Festival</i> .....	43
IV.1.3. Profil Radio Suara Surabaya .....	44
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45

IV.2.1.	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas <i>Event</i> .....	47
IV.2.2.	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas <i>Brand Awareness</i> .....	49
IV.3.	Hasil Penelitian .....	50
IV.3.1.	Analisis Tabel Frekuensi .....	50
IV.3.1.1.	Identitas Responden .....	50
IV.3.1.1.1.	Usia .....	51
IV.3.1.1.2.	Mengikuti <i>Event Jazz Traffic Festival</i> .....	52
IV.3.1.1.3.	Pekerjaan .....	53
IV.3.1.1.4.	Jenis Tiket .....	54
IV.3.1.1.5.	Pendidikan Terakhir .....	55
IV.3.1.1.6.	Pendapatan Perbulan .....	56
IV.3.1.2.	Interval Pengukuran Event .....	58
IV.3.1.3.	Deskripsi Variabel X (Pelaksanaan <i>Event Jazz Traffic Festival</i> oleh Radio Suara Surabaya) .....	59
IV.3.1.3.1.	Keunikan .....	59
IV.3.1.3.2.	<i>Perishability</i> .....	62
IV.3.1.3.3.	<i>Intangibility</i> .....	67
IV.3.1.3.4.	Suasana dan Pelayanan .....	70
IV.3.1.3.5.	Interaksi Personal .....	74
IV.3.1.3.6.	Deskripsi Hasil Variabel X ( <i>Event</i> ) .....	78
IV.3.1.4.	Interval Pengukuran <i>Brand Awareness</i> .....	79
IV.3.1.5.	Deskripsi Variabel Y (Pengukuran <i>Brand Awareness</i> Radio Suara Surabaya) .....	80
IV.3.1.5.1.	Kenal Akan Merek .....	80
IV.3.1.5.2.	Ingat Akan Merek .....	88
IV.3.1.5.3.	Deskripsi Hasil Variabel Y ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	96
IV.3.2.	Analisis Data .....	97
IV.3.2.1.	Analisis Korelasi .....	97
IV.3.2.2.	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	99
IV.3.2.3.	Uji Signifikansi Hipotesis .....	101
IV.3.2.4.	Analisis Tabulasi Silang .....	102
IV.3.2.4.1.	Analisis Tabulasi Silang Identitas Responden dengan pengaruh <i>Event Jazz Traffic Festival</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> Radio Suara Surabaya .....	102
IV.4.	Pembahasan .....	110

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
V.1. Kesimpulan.....	113
V.2. Saran.....	114
V.2.1.Saran Akademis.....	114
V.2.2.Saran Praktis.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	118

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Kategori Skor Interval <i>Event</i> .....	38
Tabel III.2 Kategori Skor Interval <i>Brand Awareness</i> .....	39
Tabel IV.1 Hasil Pengujian Validitas <i>Event</i> .....	47
Tabel IV.2 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Event</i> .....	48
Tabel IV.3 Hasil Pengujian Validitas <i>Brand Awareness</i> .....	49
Tabel IV.4 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Brand Awareness</i> .....	50
Tabel IV.5 Identitas Responden berdasarkan Usia .....	51
Tabel IV.6 Identitas Responden berdasarkan Mengikuti <i>Event Jazz Traffic Festival</i> .....	52
Tabel IV.7 Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel IV.8 Identitas Responden berdasarkan Jenis Tiket .....	54
Tabel IV.9 Identitas Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	55
Tabel IV.10 Identitas Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	56
Tabel IV.11 Kategori Skor Interval <i>Event</i> .....	59
Tabel IV.12 Deskripsi Mengenai <i>Event</i> berdasarkan Keunikan .....	60
Tabel IV.13 Deskripsi Mengenai <i>Event</i> berdasarkan <i>Perishability</i> .....	63
Tabel IV.14 Deskripsi Mengenai <i>Event</i> berdasarkan <i>Intangibility</i> .....	67
Tabel IV.15 Deskripsi Mengenai <i>Event</i> berdasarkan Suasana Dan Pelayanan .....	71
Tabel IV.16 Deskripsi Mengenai <i>Event</i> berdasarkan Interaksi Personal .....	75
Tabel IV.17 Hasil Total <i>Event</i> .....	78
Tabel IV.18 Kategori Skor Interval <i>Brand Awareness</i> .....	80

Tabel IV.19 Deskripsi Pengenalan Akan Merek.....	81
Tabel IV.20 Deskripsi Ingat Akan Merek.....	89
Tabel IV.21 Hasil Total <i>Brand Awareness</i> .....	96
Tabel IV.22 Korelasi Event terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	98
Tabel IV.23 <i>Coefficients</i> Regresi <i>Event</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	99
Tabel IV.24 Tabulasi Silang Usia dengan Pengaruh <i>Event</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	102
Tabel IV.25 Tabulasi Silang Berapa Kali Mengikuti <i>Event</i> dengan Pengaruh <i>Event</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	104
Tabel IV.26 Tabulasi Silang Jenis Tiket dengan Pengaruh <i>Event</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	105
Tabel IV.27 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Pengaruh <i>Event</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	106
Tabel IV.28 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Pengaruh <i>Event</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	107
Tabel IV.29 Tabulasi Silang Pendapatan Perbulan dengan Pengaruh <i>Event</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	109

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner.....	118
Lampiran 2: <i>Coding</i> .....	126
Lampiran 3: Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Event</i> .....	134
Lampiran 4: Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Brand Awareness</i> .....	135
Lampiran 5: Tabel Frekuensi Identitas Responden.....	136
Lampiran 6: Tabel Frekuensi <i>Event</i> .....	139
Lampiran 7: Tabel Frekuensi <i>Brand Awareness</i> .....	148
Lampiran 8: Tabulasi Silang.....	162
Lampiran 9: Analisa Korelasi.....	174
Lampiran 10: Analisis Regresi.....	175
Lampiran 11: r tabel.....	176
Lampiran 12: Tabel Statistik untuk Distribusi t.....	177

## ABSTRAK

Maria Alvina. NRP 1423024092. PENGARUH EVENT JAZZ TRAFFIC FESTIVAL TERHADAP *BRAND AWARENESS* RADIO SUARA SURABAYA, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji teori yang mengatakan bahwa *event* dapat membantu dalam mencapai *brand awareness* Radio Suara Surabaya. Dengan mengingat usia Radio Suara Surabaya yang sudah dibilang dewasa ini, Radio Saura Surabaya ingin meregenerasi pendengarnya. Dalam guna untuk meregenerasi pendengarnya maka Radio Suara Surabaya mengadopsi program siarannya yang dianggap dapat masuk kesemua kalangan. Maka diadakan *Event Jazz Traffic Festival* untuk menjangkau calon pendengar yang lebih muda. Dalam pengadakaan *Event Jazz Traffic Festival* ini acara untuk mengenalkan Radio Suara Surabaya kepada pendengar yang lebih muda. *Event* ini dinilai berdasarkan lima indikator keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana dan pelayanan, dan interaksi personal. Sedangkan *brand awareness* dinilai berdasarkan kenal dan ingat. Jenis penelitian ini adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survey yang pernyataan responden diukur dengan skala likert. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *Event Jazz Traffic Festival* terhadap *brand awareness* Radio Suara Surabaya. Hal ini dapat dijelaskan, apabila *event* dinilai baik maka tingkat *brand awareness*nya dapat tinggi juga.

Kata Kunci: Event, Suara Surabaya, Brand Awareness, Pengaruh



## **ABSTRACT**

Maria Alvina. NRP 1423024092. THE INFULENCE OF EVENT JAZZ TRAFFIC FESTIVAL TO BRAND AWARENESS RADIO SUARA SURABAYA, Faculty of Communication Sciences of Widya Mandala Catholic University Surabaya, 2018.

This study aims to test the theory that the event can help in achieving the brand awareness of Radio Suara Surabaya. Given the age of Radio Suara Surabaya that has been spelled today, Radio Suara Surabaya wants to regenerate its listeners. In order to regenerate the audience, Radio Suara Surabaya adopted its broadcast program which is considered to be able to enter all circles. Then held the Jazz Traffic Festival Event to reach younger listener candidates. In this event Jazz Traffic Festival event to introduce Radio Suara Surabaya to younger listeners. This event is assessed based on five indicators of uniqueness, perishability, intangibility, ambience and service, and personal interaction. While the brand awareness is judged by recognition and recall. This type of research is explanatory with quantitative approach. The method used is survey method that statement of respondents measured by likert scale. The result of this research is known that there is a significant influence of Event Jazz Traffic Festival to brand awareness of Radio Suara Surabaya. This can be explained, if the event is considered good then the level of brand awareness can be high as well.

Keywords: Event, Suara Surabaya, Brand Awareness, Influence