

**MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* MELALUI MEDIA SOSIAL PADA
EVENT DINO NIGHT RUN di JAWA TIMUR PARK 3**

SCRIPTPRENEUR

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun oleh:

Selsa Amanda Redzy Norvy Veriyanto

202010160311616

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

MENINGKATKAN BRAND IMAGE MELALUI MEDIA SOSIAL PADA EVENT DINO NIGHT RUN Di JAWA TIMUR PARK 3

Oleh :

Selsa Amanda Redzy Norvy Veriyanto
202010160311616

Diterima dan disetujui
pada tanggal 23 Januari 2024

Pembimbing I,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Pembimbing II,



Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

MENINGKATKAN BRAND IMAGE MELALUI MEDIA SOSIAL PADA EVENT DINO NIGHT RUN Di JAWA TIMUR PARK 3

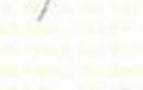
Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Selsa Amanda Redzy Norvy Veriyanto
NIM : 202010160311616
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 23 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dra. Siti Nurhasanah, M.Si.
Penguji II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.
Penguji III : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.
Penguji IV : Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Selsa Amanda Redzy Norvy Veriyanto

NIM : 202010160311616

Program Studi : Manajemen

E-mail : selsaarnv@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Scriptpreneur ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam Scriptpreneur ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Malang, 26 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Selsa Amanda Redzy Norvy Veriyanto

MENINGKATKAN BRAND IMAGE MELALUI MEDIA SOSIAL PADA EVENT DINO NIGHT RUN di JAWA TIMUR PARK 3

Selsa Amanda R.N.V*¹, Nurul Asfiah, Dr., M.M.², Immanuel Mu'ammal. S.E.,
M.M.³

³Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia
Corresponding E-mail: selsaarnv@gmail.com

ABSTRAK

Setiap perusahaan pada industri pariwisata pasti menginginkan bahwa produk yang di jual dapat diingat dan diterima oleh konsumen. Dengan adanya brand image dapat mempermudah konsumen untuk mengingat dan membedakan event ini dengan event lari lainnya. Upaya yang dilakukan Jawa Timur Park Group untuk mempromosikan destinasi pariwisata Jawa Timur Park 3 yaitu dengan menyelenggarakan sebuah event lari yaitu Dino Night Run (DNR). Pemasaran digital yang dilakukan melalui media sosial Instagram karena Instagram dapat menjadi media utama untuk mempromosikan event, berbagi ulasan serta testimoni audiens tentang event tersebut sehingga dapat membentuk brand image dari event Dino Night Run, hal tersebut bisa menjadi bukti kuat tentang kualitas event ini.

Kata kunci: brand image, media sosial, promosi, event



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, trahmat dan taufiq-Nya, sehingga Scriptpreneur dengan judul “Meningkatkan Brand Image Melalui Media Sosial Pada Event Dino Night Run Di Jawa Timur Park 3”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Teriring do’a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dana sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya. Selama proses penyusunan Scriptpreneur ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Dr. Fauzan, M.Pd.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Dr. Idah Zuhroh., M.M.
3. Ketua Program Studi, Nurul Asfiah, Dr., M.M.
4. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing 1 Ibu Nurul Asfiah, Dr., M.M., dan Dosen Pembimbing 2 Bapak Immanuel Mu’ammal, S.E., M.M.
5. Bapak/Ibu Dosen Penguji 1 Siti Nurhasanah, Dra., M.Si., dan Dosen Penguji 2 Luqman Dzul Hilmi, SE., M.BA.
6. Rekan-rekan penulis dan sahabat (pihak yang mendukung / membantu pelaksanaan penelitian), Tim COE Jatimpark
7. Secara khusus, orang tua dan keluarga tercinta khususnya Rafli Ramadanni yang selalu menemani setiap perjalanan saya menyusun penelitian ini.

Hanya ungkapan terima kasih dan do’a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 29 Januari 2024

Penulis,

(Selsa Amanda Redzy Norvy Veriyanto)

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Brand Image	7
2.1.1. Definisi Brand Image	7
2.1.2. Komponen Brand Image.....	7
2.1.3. Indikator Brand Image	8
2.1.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Brand Image	9
2.1.5. Manfaat Brand Image.....	10
2.2. Media Sosial.....	11
2.2.1. Definisi Media Sosial	11
2.2.2. Karakteristik Media Sosial.....	11
2.2.3. Fungsi Media Sosial.....	13
2.2.4. Jenis-jenis Media Sosial	15
2.2.5. Manfaat Media Sosial	16
2.3. Event.....	18
2.3.1. Definisi Event.....	18
2.3.2. Event Marketing.....	18
2.3.3. Indikator Event Marketing	19
2.3.4. Fungsi dan Tujuan Event Marketing	19

2.3.5. Karakteristik Event Marketing.....	20
2.3.6. Jenis-jenis Event	20
2.3.7. Manfaat Event	22
2.4. Hubungan Brand Image dengan Media Sosial Pada Event	22
2.5. Kerangka Berpikir	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Pendekatan atau Jenis Penelitian	25
3.2. Lokasi Penelitian	26
3.3. Subjek Penelitian.....	26
3.4. Fokus Penelitian	27
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.6. Metode Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	32
4.1.1. Event Dino Night Run.....	32
4.1.2. Tujuan dan Sasaran Event Dino Night Run	32
4.1.3. Struktur Organisasi Event Dino Night Run	33
4.1.4. Logo Event Dino Night Run	34
4.2. Analisa Data.....	34
4.2.1. Penerapan Brand Image Pada Event Dino Night Run	35
4.2.2. Penerapan Media Sosial pada Event Dino Night Run	39
4.2.3. Penerapan Event Marketing Pada Event Dino Night Run.....	45
4.3. Pembahasan.....	50
4.3.1. Penerapan Brand Image Pada Event Dino Night Run	50
4.3.2. Penerapan Media Sosial Pada Event Dino Night Run	52
4.3.3. Penerapan Event Marketing Pada Event Dino Night Run.....	56
BAB V PENUTUP.....	61
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir.....	24
Gambar 3.1 Bagan Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif	25
Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Event Dino Night Run	33
Gambar 4. 2 Logo Event Dino Night Run	34
Gambar Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara Admin Instagram Event DNR ...	65
Gambar Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara Ketua Pelaksana Event DNR.....	65



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pengikut Instagram Dino Night Run	3
Tabel 1.2 Data Insight Konten Video Instagram Dino Night Run.....	4
Tabel 3.1 Informan Kunci	26
Tabel 3.2 Informan Pendukung.....	27
Tabel 4. 1 Temuan Penelitian Brand Image.....	50
Tabel 4. 2 Temuan Penelitian Media Sosial	53
Tabel 4. 3 Temuan Penelitian Event Marketing	56



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Gambar Wawancara dengan Informan	65
Lampiran 2 Hasil Wawancara Google Form	66
Lampiran 3 Hasil Wawancara Sesuai Indikator	90



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Yulfininda, D. (n.d.). *Pengaruh Event Marketing Video Call K-Pop Terhadap Brand Awareness Mecimapro Pada Masa Pandemi.*
- Auliya, S. P. (n.d.). *Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label.*
- Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen. (n.d.).
- Intan, S. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Cemara Park Residence.*
- Isa Mulyadi, A., & Zuhri, S. (2020). Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi “MOENG KOPI” Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 109–124. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.109-124>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- Madhalena, E. (2016). *Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Rokok Djarum Super Mild Pt Djarum. IV(2).* <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Maulana, J. I., & Abidin, S. (n.d.). *Strategi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Image Pantai Glorymelur.*
- Mujahadah, I. N., & Suryawardani, B. (n.d.). *Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Traveland Convex Indonesia Tahun 2018 The Influence Of Event Marketing On Purchasing Decisions At Pt. Traveland Convex Indonesia 2018.*
- Mulyono, A., & Yuliatiningtyas, S. (2022). Penggunaan Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Membangun Brand Image Pada PT Pelindo Energi Logistik. *Journal Communication Specialist*, 1(1), 123–137. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jcs/>
- Setiadi AMIK BSI Karawang Jl Banten No, A. (n.d.). *Pemanfaatan Media Sosial*

Untuk Efektifitas Komunikasi.

- Sri Yunan Budiarsi, Monica Adjeng Erwita, & Jessica Netanya Siregar. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness, Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada J&T Express Di Surabaya. *Majalah Ekonomi*, 26(2), 54–66. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol27.no2.a4738>
- Taan, H., Lesmana Radji, D., Rasjid, H., & Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo, J. (2021). SEIKO : Journal of Management & Business Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Uin, A. R., & Banjarmasin, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif* (Vol. 17, Issue 33).
- Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>
- Wulandari, D., Suroso, I., & Asbullah, A. S. (n.d.). *Event Marketing Sebagai Strategi Meningkatkan Brand Awareness Kabupaten Jember*. www.bbj.or.id,

SCAN SERTIFIKAT PLAGIASI



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 15/1/2024

Kode : 2271149002
Nama : Selsa Amanda Redzy Norvy Veriyanto
NIM : 202010160311616
Prodi : Manajemen
Naskah publikasi : LULUS
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Kenny Roz., S.Kom., M.M

IMPROVING BRAND IMAGE THROUGH SOCIAL MEDIA AT THE EVENT DINO NIGHT RUN at JAWA TIMUR PARK 3

ORIGINALITY REPORT

9%	10%	4%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- | | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | repository.umj.ac.id
Internet Source | 4% |
| 2 | gdic.unja.ac.id
Internet Source | 2% |
| 3 | media.neliti.com
Internet Source | 2% |
| 4 | Fajri DwiYama, Nurhasanah R. "THE ROLE OF
STAKEHOLDER IN BUILDING A BRAND IMAGE
AT MADRASAH ALIYAH", Nidhomul Haq :
Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 2020
Publication | 2% |

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On