

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

Skripsi, Juli 2022

Diah Ayu Anggraini

2018140275

Manajemen *Event* Virtual Super Seller dalam Mempertahankan *Brand Image* J&T Express Selama Pandemi Covid-19

ABSTRAK

Salah satu perusahaan layanan ekspedisi yang ada di Indonesia yaitu J&T Express menyelenggarakan *event* virtual J&T Super Seller dalam rangka mempertahankan *brand image* J&T Express sebagai *brand partner* bisnis *online* UMKM selama pandemi covid-19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa manajemen *event* virtual J&T Super Seller yang dilakukan oleh *Branding Division* J&T Express dan menganalisa *brand image* J&T Express menurut salah satu pelaku bisnis *online e-commerce*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Manajemen *Event* dan *Brand Image*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah mode interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Branding Division* J&T Express telah melakukan manajemen *event* virtual dari tahap penelitian sampai evaluasi, hal ini diketahui karena dengan diselenggarakannya *event* virtual J&T Super Seller dapat memberikan fasilitas berupa tambahan modal dan materi dari para pakar bisnis kepada para pengusaha muda di Indonesia saat masa pandemi. Hasil penelitian mengenai analisa *brand image* J&T Express menurut salah satu pelaku bisnis *online e-commerce* bahwa *brand* layanan ekspedisi tersebut adalah *brand* layanan ekspedisi yang sangat familiar dan telah memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, program-program yang dilakukan oleh J&T Express juga memberikan dampak yang positif terutama bagi para pelaku bisnis *online* UMKM. Saran yang diberikan oleh peneliti adalah apabila *event* serupa akan kembali dilaksanakan oleh J&T Express maka diharapkan dapat menambah jumlah kota untuk dilakukan seleksi dalam pemilihan peserta, karena *event* ini memberikan dampak yang positif bagi para pelaku bisnis *online* UMKM terutama para pengusaha muda yang membutuhkan arahan dari pakar bisnis dan modal usaha dalam pengembangan bisnis.

Referensi : 18 Buku + 4 Jurnal + 11 Website + 1 Referensi Lain

Pembimbing : Tria Patrianti., S.Sos., M.I.Kom.

Lampiran : 12

Kata Kunci : Manajemen *Event* Virtual, *Brand Image*, *Public Relations*, *Event*, J&T Express, Pandemi Covid-19.