



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PROSEDUR PENGELOLAAN *EMAIL MARKETING*
DALAM *EVENT WOMEN EMPOWERMENT AWARD AND
LEADERSHIP CONFERENCE 2025* DI *ADCONNECT ASIA***



FATIMAH ZAHROTUNNISA

NIM: 2205311038

LAPORAN TUGAS AKHIR

HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Diajukan untuk memenuhi persyaratan diploma III Politeknik

PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2025



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Fatimah Zahrotunnisa
NIM : 2205311038
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Tugas Akhir : Prosedur Pengelolaan *Email Marketing* dalam *Event Women Empowerment Award and Leadership Conference* 2025 di AdConnect Asia

Depok, 11 Juli 2025

Koordinator Program Studi

Pembimbing

Taufik Akbar, S.E., M.S.M.
NIP. 198409132018031001

Risya Zahrotul Firdaus, M.Si.
NIP. 198609082020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Waryudi Utomo, S.Sos., M.Si.
NIP. 198007112015041001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Fatimah Zahrotunnisa
NIM : 2205311038
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul : *Prosedur Pengelolaan Email Marketing dalam Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025 di AdConnect Asia*

Telah berhasil diujikan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A,Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 09 Juli 2025
Waktu : 10.00 s.d 10.50

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Risya Zahrotul Firdaus , M.Si.

NIP 198609082020122006

Penguji I : Drs., Anwar Mustofa , M.Hum.

NIP 196410161991031003

Penguji II : Riza Hadikusuma, M.Ag

NIP 197404032001121002

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kewajiban akademik dalam menyelesaikan program studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta. Selama melaksanakan observasi di AdConnect Asia, penulis mendapatkan banyak pengalaman berharga, khususnya dalam bidang *marketing* media, mulai dari membangun *database email* direktur perusahaan, mengirim proposal kerja sama, hingga mengelola media sosial perusahaan.

Penyusunan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga periode 2021-2025.
3. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga periode 2025-2029.
4. Taufik Akbar, SE., M.S.M selaku Koordinator Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis.
5. Risya Zahrotul Firdaus, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing magang dan tugas akhir yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini dengan baik.
6. Seluruh dosen serta staf Jurusan Administrasi Niaga yang telah tulus memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Bapak Hans Siregar selaku Founder Director AdConnect Asia dan seluruh staff AdConnect Asia, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar dan mendapatkan pengalaman selama praktik kerja lapangan.
8. Bapak Muhammad Hidayat dan Ibu Aisyah selaku kedua orang tua penulis, dan Choirul Bariyyah selaku kakak penulis, yang senantiasa memanjatkan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

doa serta memberikan dukungan moral dan materil kepada penulis selama perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir ini.

9. Sahabat, teman-teman, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Demikian tugas akhir disusun, penulis berharap semoga penulisan ini dapat menambah wawasan dan memberikan manfaat bagi semua pihak.

Bogor, 4 Juni 2025

Fatimah Zahrotunnisa





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penulisan.....	3
1.4 Manfaat Penulisan.....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Prosedur	6
2.1.1 Pengertian Prosedur.....	6
2.1.2 Tujuan Prosedur	6
2.2 <i>Marketing</i>	7
2.2.1 Pengertian <i>Marketing</i>	7
2.2.2 Fungsi <i>Marketing</i>	8
2.3 <i>Email Marketing</i>	8
2.3.1 Pengertian <i>Email Marketing</i>	9
2.3.2 Kelebihan <i>Email Marketing</i>	9
2.4 <i>Event</i>	10
2.4.1 Pengertian <i>Event</i>	10



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.4.2 Pemasaran <i>Event</i>	10
2.5 <i>Database</i>	11
2.5.1 Pengertian <i>Database</i>	12
2.5.2 Tujuan <i>Database</i>	12
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	13
3.1 Sejarah Perusahaan.....	13
3.2 Visi dan Misi	14
3.3 Tugas dan Wewenang	14
3.4 Aktivitas Perusahaan Secara Umum	16
BAB IV PEMBAHASAN.....	19
4.1 Proses pengelolaan <i>email marketing</i> pada <i>event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025</i> di AdConnect Asia.....	19
4.2 Tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan <i>email marketing</i> pada <i>Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025</i> di AdConnect Asia.	26
4.3 Umpan balik dari penerima <i>email marketing</i> pada <i>Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025</i> di AdConnect Asia..	31
BAB V PENUTUP.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	45



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Adconnect Asia	14
Gambar 3. 2 Ads BCA.....	17
Gambar 4. 1 <i>Flowchart</i> Pencarian <i>Database</i> Untuk <i>Email Marketing</i>	21
Gambar 4. 2 Website Top Brand dan IDX	22
Gambar 4. 3 <i>Flowchart</i> Pengiriman <i>Email Marketing</i>	23
Gambar 4. 4 Website Perusahaan Darva-Varia	24
Gambar 4. 5 <i>Email</i> Perusahaan	25
Gambar 4. 6 Alamat <i>Email</i> Tidak Dapat Ditemukan.....	27
Gambar 4. 7 Alamat <i>Email</i> Tidak Ditemukan	28
Gambar 4. 8 <i>Email</i> Gagal Terkirim.....	29
Gambar 4. 9 <i>Email</i> Gagal Terkirim.....	29
Gambar 4. 10 <i>Email</i> Tertunda.....	30
Gambar 4. 11 Balasan <i>Email</i> Dari L'Oréal	32
Gambar 4. 12 Balasan Lanjut <i>Email</i> Dari L'Oréal	33
Gambar 4. 13 Balasan <i>Email</i> Dari BCA	34
Gambar 4. 14 Balasan <i>Email</i> Dari Ibu Ida	35
Gambar 4. 15 Umpan Balik Penolakan Dari OCBC.....	37
Gambar 4. 16 Umpan Balik Penolakan Dari PT Rentokil Indonesia.....	38
Gambar 4. 17 Umpan Balik Penolakan Dari Bapak Hermawan.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara	45
Lampiran 2. <i>Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025</i>	46
Lampiran 3. Proposal <i>Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025</i>	47
Lampiran 4. Menyiapkan Poster <i>Women Empowerment</i>	48
Lampiran 5. <i>Email</i> untuk L'Oreal Indonesia	49

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan evolusi pemasaran dua hal yang berhubungan kuat (Ryan & Jones, 2020:19). Salah satu bentuk pemasaran *digital* yang semakin berkembang dan digunakan oleh berbagai perusahaan adalah *email marketing*. Menurut Fauzi dalam Baitulloh dan Sulistyowati (2024:50) *email marketing* adalah strategi pemasaran *digital* yang menggunakan *email* sebagai media untuk mengirim pesan iklan ke berbagai target. Strategi ini adalah strategi yang digunakan oleh pengusaha untuk memaksimalkan kemungkinan kegiatan pemasaran *digital* yang sedang diimplementasikan (Suwitho, 2022:112). Secara umum, *email marketing* dipilih karena memiliki banyak keunggulan. Melalui *email marketing* dikenal cepat dan efisien, karena biayanya yang rendah namun potensi hasil yang dihasilkan lebih optimal. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat dengan cepat membangun hubungan yang kuat dengan para pelanggan secara terus-menerus dan teratur. AdConnect Asia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang media *digital* pun turut mengimplementasikan *email marketing* sebagai salah satu strategi utama untuk menyebarluaskan informasi acara, membangun relasi dengan *stakeholders*, serta meningkatkan partisipasi audiens.

AdConnect Asia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang media *digital* dan periklanan dengan fokus utama pada periklanan berbasis data, pemasaran *influencer*, serta pengelolaan media sosial. AdConnect Asia telah memiliki berbagai pencapaian, salah satunya adalah pendirian Digital Media Forum Indonesia, sebuah acara industri bergengsi yang mempertemukan merek, pemasar, dan pemimpin pemikiran untuk membahas tren, tantangan, dan peluang di dunia *digital*. Salah satu kegiatan penting yang didukung oleh AdConnect Asia adalah *Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025*. Event ini merupakan hasil kolaborasi antara *Women Empowerment Center* ILUNI UI dan Komunitas Perempuan Berdaya. Acara ini bertujuan untuk mengangkat kisah inspiratif perempuan dalam dunia bisnis dan kepemimpinan, serta memberikan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

strategi praktis bagi para peserta untuk mengembangkan usaha dan memperkuat peran perempuan dalam sektor profesional.

Dalam rangka mendukung keberhasilan *event* tersebut, dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat untuk menjangkau para pemangku kepentingan, seperti pimpinan perusahaan, calon sponsor, dan peserta acara. *Email marketing* menjadi salah satu media utama yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi serta menjalin komunikasi dengan para pihak terkait. Pada perusahaan AdConnect Asia, *email marketing* menjadi salah satu media utama yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi serta menjalin komunikasi dengan para pihak terkait. AdConnect Asia secara rutin mengirimkan *email marketing* terkait *event* yang akan diselenggarakan kepada para direktur perusahaan besar yang telah atau berpotensi menjadi mitra, seperti PT L'Oréal Indonesia, PT Bank Central Asia (BCA), PT Manulife Indonesia, Danone dan lain-lain. Selain itu, *email* juga dikirimkan kepada sejumlah tokoh penting, seperti Asisten Deputi Ketahanan Keluarga dan Pembangunan Kependudukan Kemenko PMK RI, keterlibatan dari berbagai *stakeholder*. AdConnect Asia juga memanfaatkan *email marketing* untuk mengundang kembali para peserta yang telah mengikuti acara pada tahun sebelumnya, sebagai upaya untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dan meningkatkan partisipasi di *event* berikutnya.

Topik *email marketing* penting untuk dibahas karena menjadi salah satu strategi komunikasi *digital* yang efektif dan efisien. Menurut Ananta (2019:102), pada tahun 2017, grup Radicati melaporkan bahwa terdapat 269 miliar *email* yang dikirim dan diterima setiap hari. Hal ini menunjukkan bahwa *email* telah menjadi bagian dari aktivitas *digital* yang umum dan diterima secara luas oleh masyarakat global. Selain itu, Pavlov dkk. dalam Harinie dkk. (2024:132) percaya bahwa *email marketing* dapat mengalokasikan anggaran iklan secara lebih efisien dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan dan mitra. Berbeda dengan media sosial yang terbuka dan interaktif, *email* menawarkan ruang komunikasi pribadi yang langsung masuk ke kontak penerima dan *email* menyimpan pesan dalam jangka waktu yang panjang, sehingga penerima dapat mengaksesnya kembali kapanpun dibutuhkan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Maka dari itu penulis tertarik untuk menulis tugas akhir yang berjudul “Prosedur Pengelolaan *Email Marketing* dalam *Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025* di AdConnect Asia”. Pembahasan ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai praktik *email marketing* di industri serta kontribusi dalam penyelenggaraan sebuah *event*.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis yaitu sebagai berikut:

- a. Prosedur pengelolaan *email marketing* pada *Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025* di AdConnect Asia.
- b. Tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan *email marketing* pada *Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025* di AdConnect Asia.
- c. Umpan balik dari penerima *email marketing* pada *Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025* di AdConnect Asia.

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan pada tugas akhir ini yang ingin dicapai sebagai berikut:

- a. Menjelaskan dan menggambarkan prosedur pengelolaan *email marketing* pada *Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025* di AdConnect Asia.
- b. Mengidentifikasi dan menjelaskan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan *email marketing* pada *Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025* di AdConnect Asia.
- c. Menjelaskan umpan balik dari penerima *email marketing* pada *Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025* di AdConnect Asia.



1.4 Manfaat Penulisan

Penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

- a. Bagi Penulis, melalui tugas akhir ini, penulis dapat mengembangkan wawasan dan keterampilan dalam bidang *email marketing* secara praktis berdasarkan observasi, wawancara, dan data yang telah dikumpulkan di AdConnect Asia. Penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi dalam penyelenggaraan sebuah *event*. Selain itu, penulis juga mengasah kemampuan dalam menyusun *database email* yang sistematis dan relevan dengan kebutuhan komunikasi perusahaan.
- b. Bagi perusahaan AdConnect Asia, hasil tugas akhir ini dapat menjadi dokumentasi internal yang menggambarkan prosedur pelaksanaan *email marketing* dalam *Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025*. Informasi yang disajikan dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan efektivitas *email marketing* perusahaan di masa mendatang, serta sebagai bahan evaluasi dalam menghadapi tantangan yang serupa di kegiatan lainnya. Selain itu, perusahaan juga memperoleh *database email* pimpinan perusahaan yang telah dikumpulkan, disusun, dan dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk kepentingan perusahaan di masa depan.
- c. Bagi dunia Ilmu Pengetahuan, Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi dan pemasaran *digital*, khususnya mengenai praktik *email marketing* di dunia industri. Melalui pembahasan ini, pembaca dapat mengetahui seperti apa prosedur *email marketing* yang diterapkan di AdConnect Asia, mulai dari penyusunan *database* hingga proses pengiriman dan monitoring. Penulisan ini juga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau peneliti lain yang ingin memahami implementasi *email marketing* secara sistematis dalam mendukung keberhasilan suatu *event*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan untuk menggali informasi, pendapat, atau kisah dari seseorang dengan melakukan tanya jawab (Tojiri dkk., 2023:56). Metode wawancara pada tugas akhir ini dilakukan secara langsung kepada CEO Adconnect Asia Bapak Hans Siregar dan panitia yang terlibat dalam kegiatan acara di AdConnect Asia. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai proses penyusunan *database email*, strategi pengiriman *email marketing*, serta kendala yang dihadapi selama pelaksanaan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah semua yang ditulis, direkam, dan berisi informasi atau deskripsi informasi dari peristiwa yang dapat digunakan untuk menyimpan memori atau sebagai pemandu (Soufitri, 2023:74). Metode dokumentasi pada tugas akhir ini dilakukan dengan mengumpulkan dan menelaah dokumen-dokumen terkait pelaksanaan *email marketing*. Dokumen yang dimaksud meliputi proposal kerja sama, daftar *database email*, tanggapan dari penerima *email*, template *email* yang digunakan.

c. Observasi

Metode pengumpulan data yang mencatat informasi tentang metode yang dilihat oleh penelitian atau karyawan selama penelitian merupakan pengertian observasi menurut Hadi dalam Wada dkk. (2024:136). Metode observasi pada tugas akhir ini dilakukan dengan penulis memperhatikan dan mencatat berbagai aktivitas dan prosedur yang dilakukan oleh tim serta arahan dari supervisor, selaku CEO Adconnect Asia.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan observasi yang telah dikumpulkan terkait penerapan prosedur pengelolaan *email marketing* dalam *Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025* di AdConnect Asia, dapat disimpulkan bahwa proses *email marketing* secara umum berjalan lancar, terstruktur, dan sesuai dengan prosedur yang telah dirancang sebelumnya. Penerapan dilakukan melalui tahapan-tahapan yang saling mendukung, mulai dari penyusunan *database* kontak, pengujian validitas *email*, hingga pengiriman *email* secara formal kepada *stakeholder* yang ditargetkan. *Email marketing* digunakan sebagai media utama untuk menyampaikan informasi acara dan mengajukan proposal kerjasama kepada *stakeholder*. Strategi ini terbukti efektif dalam membangun komunikasi yang profesional serta menjalin relasi dengan berbagai *stakeholder* yang relevan untuk mendukung keberhasilan *event*.

Meskipun pelaksanaan prosedur *email marketing* telah dirancang dengan baik, penulis tetap menghadapi sejumlah tantangan seperti kegagalan pengiriman *email*, alamat *email* yang tidak valid, kesalahan penulisan, hingga waktu yang lama dalam pencarian kontak yang sesuai. Selain itu, berdasarkan hasil pemantauan dan evaluasi terhadap umpan balik dari penerima *email marketing*, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif. Beberapa *stakeholder* memberikan respon melalui email balasan yang menyatakan ketertarikan terhadap acara, mengapresiasi tetapi tidak bisa datang ke acara, dan bahkan tidak mendapatkan balasan sama sekali. Secara keseluruhan, penerapan prosedur pengelolaan *email marketing* pada *event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025* di AdConnect Asia berjalan efektif dan lancar, serta memberikan kontribusi positif terhadap komunikasi perusahaan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5.2 Saran

Berdasarkan observasi dan penerapan prosedur pengelolaan *email marketing* pada *Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025* di AdConnect Asia, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan masukan untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan kegiatan *email marketing* di masa mendatang. Penulis menyarankan agar perusahaan dapat menyediakan *tools* blasting *email* untuk mempermudah proses pengiriman *email* secara massal. Dengan adanya *tools* tersebut, pengiriman *email* tidak perlu lagi dilakukan secara manual satu per satu, sehingga waktu yang dibutuhkan akan lebih efisien, dan risiko kesalahan pengiriman dapat diminimalisir. Selain itu, penulis juga menyarankan agar perusahaan mengoptimalkan pencarian data melalui platform profesional yang lebih spesifik. Penggunaan platform profesional dapat mempercepat pencarian informasi dan mempermudah dalam menemukan kontak yang relevan, terutama jajaran direksi yang terkadang sulit ditemukan pada *website* umum. Dengan begitu, pencarian *database* menjadi lebih efektif, akurat, dan terarah. Dengan penerapan strategi yang lebih optimal dan didukung oleh sistem yang memadai, pelaksanaan *email marketing* di AdConnect Asia diharapkan dapat berjalan lebih efektif dan memberikan dampak yang lebih besar bagi keberhasilan *event* di masa yang akan datang.

Sementara itu, bagi pengembangan ilmu pengetahuan, perlu dilakukan observasi lanjutan atau penelitian lebih mendalam terkait efektivitas *email marketing* dalam menjangkau target audiens, khususnya dalam konteks kegiatan penyelenggaraan *event*. Penelitian lanjutan juga dapat mengkaji lebih jauh bagaimana pemanfaatan *email marketing* dapat dikombinasikan dengan strategi *digital marketing* lainnya untuk meningkatkan *engagement*, konversi sponsor, atau tingkat partisipasi audiens. Melalui saran-saran dari penulis diharapkan dapat memperkaya literatur dan praktik *email marketing* dalam *digital marketing* di Indonesia.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta, F. (2019). *Belajar Digital Marketing*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Harinie, L. T., Santoso, F. I., Dumgair, P. P., Octaviani, R. D., Bestari, D. K. P., Wijaya, N. P. N. P., ... Istiqomah, Y. (2024). *Pemasaran Digital*. Bali: Penerbit Intelektual Manifes Media.
- Ramdan, A. M., & dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Haura Utama.
- Rusdiana, & Zaqiyah, Q. Y. (2021). *Manajemen Perkantoran Modern*. Bandung: Penerbit Insan Komunika.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. (R. Naim, Ed.). Purwokerto: CV Pena Persada.
- Soufitri, F. (2023). *Konsep Sistem Informasi*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Sudarma, M. (2024). *Manajemen Data*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Suwitho. (2022). *Manajemen Pemasaran Modern 2*. Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Tojiri, Y., Putra, H. S., & Faliza, N. (2023). *Dasar Metodologi Penelitian: Teori, Desain, dan Analisis Data*. Padang: Penerbit Takaza Innovatix Labs.
- Veraniansyah. Dwi Dwi Retha, & Sukma, E. A. (2019). *PROSEDUR PENGELOLAAN ARSIP UNTUK KEAMANAN DOKUMEN DI RSIA PURI BUNDA MALANG*. Malang.
- Wada, F. H., Pertiwi, A., Hasiolan, M. I. S., Lestari, S., Sudipa, I. G. I., Patalatu, J. S., ... Rahman. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Semarang University.
- Wirata, I. N. (2018). *Pengelolaan Event*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Zein, A., Eriana, E. S., Pratomo, A. B., Trisianto, C., Suparman, A., Firmansyah, D., ... Hidayat, A. (2024). *Konsep Dasar Pengenalan Database Rumpun Ilmu Komputer*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Baitulloh, S. (2024). Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Strategi Email Marketing Dalam Pemasaran, 2(12), 506–521.

<https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3256>

Nugraha, R. R., & Noor, A. (2015). Perancangan Sustainable Event sebagai Strategi Meningkatkan Brand Awareness Museum Barli.

Ryan, D., & Jones, C. (2020). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* . Kogan Page.





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara

Daftar Pertanyaan

1. Terkait pencarian sponsor untuk *event* Women Empowerment ini, saya lihat kita mengirimkan *email* ke berbagai perusahaan. apakah penggunaan *email marketing* ini hanya untuk keperluan *event* seperti ini saja, atau juga digunakan untuk kegiatan lain di AdConnect Asia?
2. Untuk penerima *email marketing* dari AdConnect ini, apakah hanya ditujukan ke perusahaan-perusahaan calon sponsor saja? Atau juga dikirimkan ke pihak lain seperti peserta, narasumber, atau pembicara? Siapa saja sebenarnya target penerima *email* tersebut?
3. Siapa yang biasanya menjadi penanggung jawab utama dalam menjalin dan menjaga komunikasi dengan perusahaan mitra atau calon mitra setelah mereka merespons *email marketing*?
4. Sponsor apa saja yang kita dapatkan?
5. Tantangan hambatan dalam mendapatkan sponsor untuk *event* ini seperti apa?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2. *Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

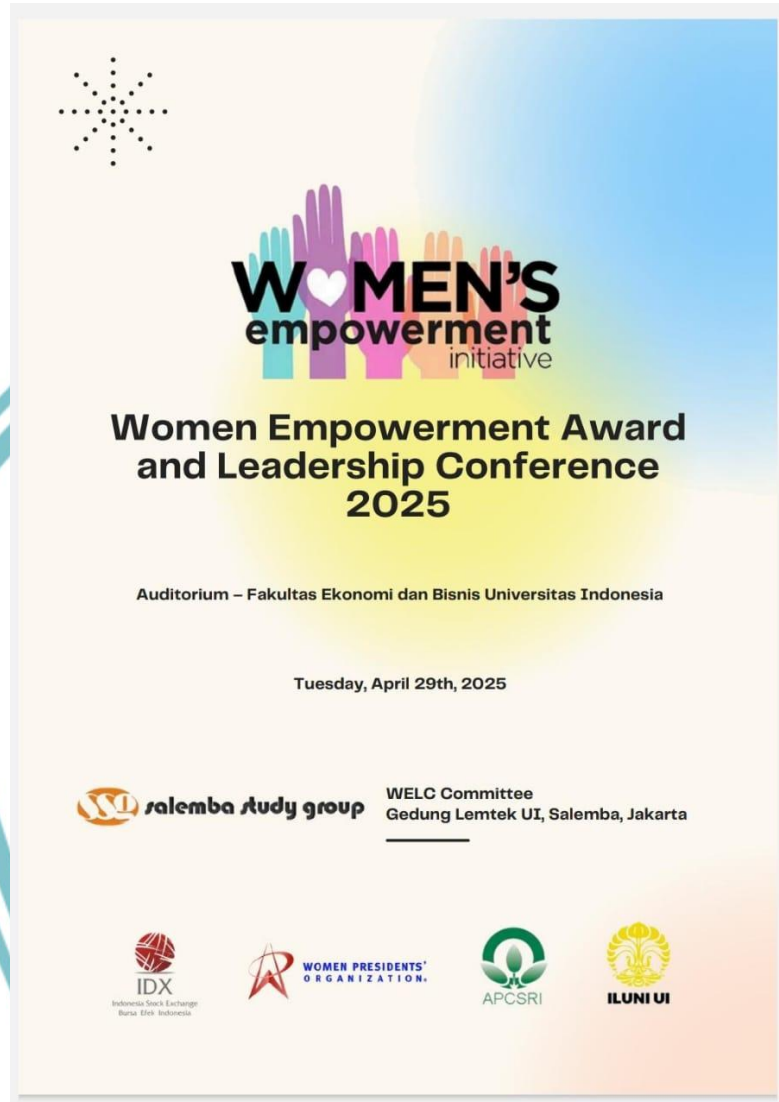


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3. Proposal *Event Women Empowerment Award and Leadership Conference 2025*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



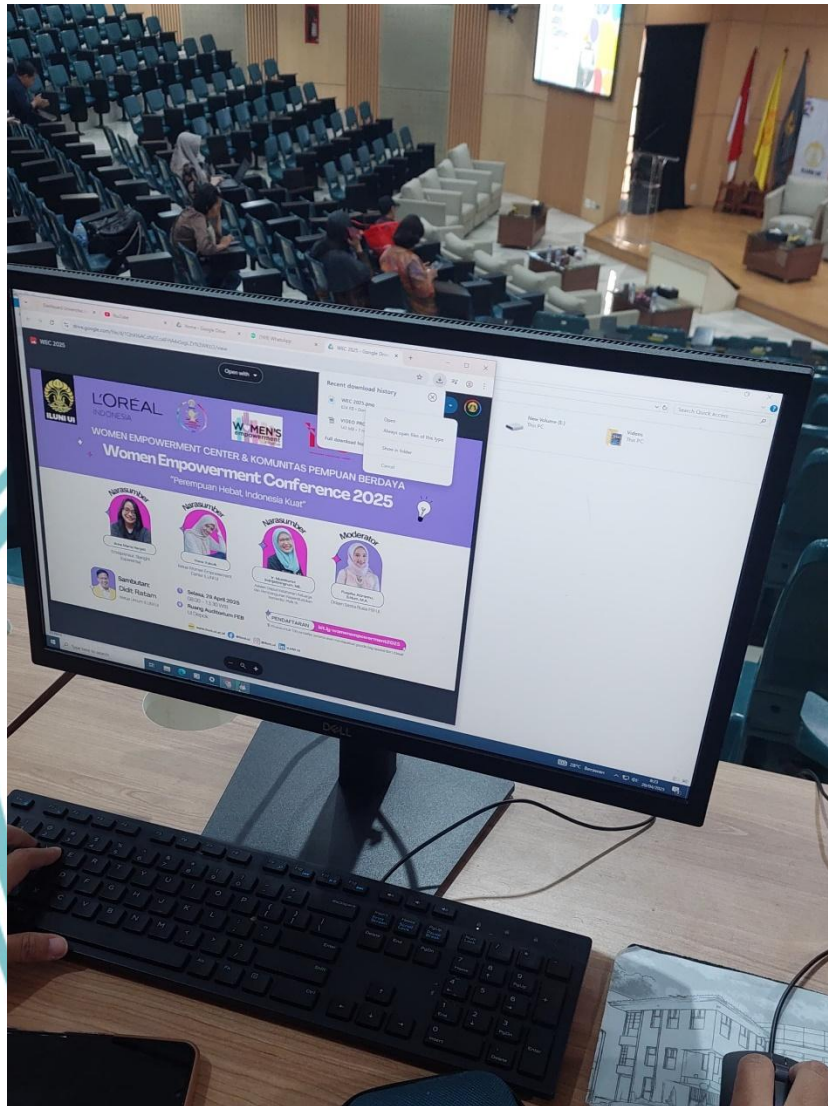


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4. Menyiapkan Poster *Women Empowerment*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5. Email untuk L'Oreal Indonesia

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Puspa Indah Jan 30
to junaid.murtaza ▾



Women Empowerment Award & Leadership
Conference 2025

Dear Bapak Junaid Murtaza

Creating an environment where talent can thrive and rise to the top is critical in achieving fully productive organisations and governments. Despite significant advances globally in women's health, education and leadership opportunities in recent decades, gender equality and women's leadership still lags in Indonesia and beyond. We are addressing this challenge by providing women across Asia and the Pacific with knowledge, practical skills, support and networks to thrive in public leadership roles.

We would like to propose you as Speaker & Sponsor at the Women Empowerment Award & Leadership Conference 2025

Please find attached detail proposal. Venue: Kantor Kementerian Koordinator Pembangunan Manusia & Kebudayaan (Kemenko PMK RI), Jl. Medan Merdeka Barat 3, Jakarta Date: Tuesday, April 22th, 2025

Thank you for your kindly support Bapak Junaid Murtaza - L'Oréal Indonesia

Best regards,
Puspa/Fatimah - Committee

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**