



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

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI *EVENT* OLEH MARKETING COMMUNICATION MAL BOTANI SQUARE



Diajukan untuk memenuhi kelulusan
Mata Kuliah Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Oleh :
FIKA HANDAYANI
NIM : 2005413050

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN USAHA JASA KONVENSI,
PERJALANAN INSENTIF DAN PAMERAN (MICE)
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2024**



© 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

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN MICE


LEMBAR PERSETUJUAN


Nama : Fika Handayani
NIM : 2005413050
Program Studi : Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran (MICE)
Judul Laporan PKL : Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi *Event* oleh *Marketing Communication* Mal Botani Square

Depok, 12 Februari 2024

Menyetujui
Kepala Program Studi MICE

Pembimbing


Fauzi Mubarak, S.ST., M.T
NIP 198804182019031008


Heri Setyawan, SE., M.Si
NIP 196312081991031003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga



Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si
NIP 196501311989032001



© 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

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN MICE**

LEMBAR PENGESAHAN


Nama : Fika Handayani
NIM : 2005413050
Program Studi : Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran (MICE)
Judul Laporan PKL : Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi *Event* oleh *Marketing Communication* Mal Botani Square

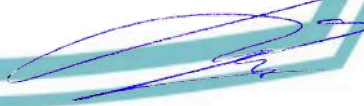
Telah berhasil dipresentasikan di hadapan penguji sebagai bagian dari persyaratan kelulusan semester 7 (tujuh) pada Program Studi Sarjana Terapan Usaha Jasa Konvensi, Perjalan Insentif dan Pameran (MICE), Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

hari : Senin
tanggal : 12 Februari 2024
waktu : 10.00 - 10.40 WIB

Kepala Program Studi MICE

Penguji


Fauzi Mubarak, S.ST., M.T
NIP 198804182019031008


Heri Setyawan, SE., M.Si
NIP 196312081991031003



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

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi *Event* oleh *Marketing Communication* Mal Botani Square” dengan baik dan sesuai waktu yang telah ditetapkan.

Laporan praktik kerja magang ini dibuat bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik Program Studi Diploma Empat (D4) pada Jurusan Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran (MICE) di Politeknik Negeri Jakarta. Selama melakukan praktik kerja magang di PT Bogor Anggana Cendekia (Botani Square) penulis telah memperoleh banyak pembelajaran dan pengalaman berharga untuk bisa mengetahui pelaksanaan program pelatihan yang dijalankannya.

Selain itu, dalam penyusunan laporan praktik kerja magang ini, penulis pastinya tidak dapat bekerja dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanahu Wata'ala karena telah memberikan karunia dan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan Magang di PT Bogor Anggana Cendekia (Botani Square) dan menyelesaikan laporan ini dengan baik walau masih jauh dari kata sempurna.
2. Ibu tercinta yang selalu mendukung dan memberikan *support* dan doanya sehingga menjadi salah satu alasan terkuat penulis bisa melakukan segala kegiatan dan melewati segala aktivitas dengan lebih baik.
3. Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan selalu ada jika penulis membutuhkan bantuan.
4. Dr. sc. Zainal Nur Arifin, Dipl. Eng. HTL. MT selaku Direktur 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. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
6. Fauzi Mubarak, S. ST., M.T., selaku Ketua Program Studi MICE jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat untuk diterapkan.
7. Heri Setyawan, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang bersedia membimbing penulis dalam penyusunan laporan praktik kerja lapangan.
8. Kak Aulia selaku kakak tingkat program studi MICE tahun 2019 yang telah merekomendasikan penulis untuk bisa melakukan praktik kerja lapangan di PT Bogor Anggana Cendekia (Botani Square).
9. Ibu Lanny Kuputri selaku *General Manager* PT Bogor Anggana Cendekia (Botani Square) yang telah menerima dan menyambut baik penulis selama melakukan praktik kerja lapangan.
10. Mba Winda Sihotang selaku mantan *Manager Marketing & Communication (Event & Promotion)* yang telah menerima dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk praktik kerja lapangan di tim *Marketing & Communication (Event & Promotion)* PT Bogor Anggana Cendekia (Botani Square).
11. Bapak Novara Gautama, Mba Melia Lesmana (Mba Mel), Mba Nisrina Fitri Lutfiah (Mba Ninis), Om Rossa (Om Acong), Om Bertus, dan Mas Raffi selaku rekan tim *Marketing & Communication (Event & Promotion)* yang senantiasa memberikan pengajarannya selama penulis melakukan praktik kerja lapangan di PT Bogor Anggana Cendekia (Botani Square). Serta Rasyid Ashsidiq selaku rekan mahasiswa magang yang berada dalam satu tim ini.

Demikianlah kata pengantar ini penulis tuturkan. Karena bahwasanya penulis sadar dalam penulisan Laporan ini masih jauh bahkan tidak mendekati kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dan mengembangkan sangat diharapkan oleh penulis untuk perbaikan dan perubahan

yang berdampak di masa yang akan datang. Semoga tugas berupa laporan praktik kerja lapangan ini dapat bermanfaat untuk segala pihak.

Depok, 15 Oktober 2023

Fika Handayani



© 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





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

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR TABEL..... | v |
| DAFTAR GAMBAR..... | vi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | vii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 3 |
| 1.3 Tujuan Penulisan Laporan..... | 3 |
| 1.4 Manfaat Penulisan Laporan..... | 4 |
| 1.5 Metode Pengumpulan Data..... | 5 |
| 1.6 Metode Analisis Data..... | 6 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 8 |
| 2.1 Marketing Communication..... | 8 |
| 2.2 Event..... | 10 |
| 2.3 Promosi..... | 11 |
| 2.4. Media Sosial..... | 12 |
| 2.4.1 Instagram..... | 13 |
| 2.4.2 Tiktok..... | 13 |
| 2.4.3 Youtube..... | 14 |
| 2.4.4 Facebook..... | 15 |
| BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PROFIL EVENT..... | 16 |
| 3.1 Profil Perusahaan..... | 16 |
| 3.2 Visi dan Misi Perusahaan..... | 17 |



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

| | |
|---|-----------|
| 3.3 Sejarah Singkat Perusahaan..... | 17 |
| 3.4 Struktur Organisasi Perusahaan..... | 20 |
| 3.5 Profil Event..... | 23 |
| BAB IV PEMBAHASAN..... | 25 |
| 4.1 Event Mal Botani Square..... | 25 |
| 4.2 Platform Media Sosial Yang Digunakan Oleh Marketing Communication Mal Botani Square..... | 29 |
| 4.2.1 Instagram..... | 29 |
| 4.2.2 Tiktok..... | 43 |
| 4.2.3 Youtube..... | 49 |
| 4.2.4 Facebook..... | 52 |
| 4.3 Analisis Perbandingan Platform Media Sosial Yang Digunakan Oleh Mal Botani Square Sebagai Media Promosi Event..... | 55 |
| 4.3.1 Jumlah Pengikut..... | 56 |
| 4.3.2 Jangkauan akun..... | 58 |
| BAB V PENUTUP..... | 64 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 64 |
| 5.2 Saran..... | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 66 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 68 |



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

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4.1 <i>Event</i> Mal Botani Square Okt-Des 2023..... | 26 |
| Tabel 4.2 Hasil Instagram Mal Botani Square..... | 30 |
| Tabel 4.3 Unggahan <i>Feeds</i> Instagram Mal Botani Square Okt-Des 2023..... | 31 |
| Tabel 4.4 List Konten <i>Reels</i> Promosi <i>Event</i> Mal Botani Square Okt-Des 2023.... | 36 |
| Tabel 4.5 Hasil Unggahan Tiktok Mal Botani Square..... | 42 |
| Tabel 4.6 Konten Promosi <i>Event</i> Di Tiktok Mal Botani Square Okt-Des 2023.... | 45 |
| Tabel 4.7 <i>Insight</i> Video Youtube Mal Botani Square Okt-Des 2023..... | 49 |
| Tabel 4.8 <i>Insight</i> Youtube Shorts Mal Botani Square Okt-Des 2023..... | 49 |
| Tabel 4.9 <i>Insight</i> Facebook Mal Botani Square Okt-Des 2023..... | 52 |
| Tabel 4.10 Konten Promosi <i>Event</i> Facebook Mal Botani Square Okt-Des 2023. | 53 |
| Tabel 4.11 Jumlah Pengikut Media Sosial Mal Botani Square..... | 55 |
| Tabel 4.12 Persentase Perubahan Jumlah Pengikut Media Sosial Okt-Des 2023.. | 57 |
| Tabel 4.13 <i>Viewers</i> Konten Promosi <i>Event</i> Periode Okt-Des 2023..... | 58 |
| Tabel 4.14 Selisih <i>Viewers</i> Konten Promosi <i>Event</i> Periode Okt-Des 2023..... | 58 |
| Tabel 4.15 Persentase Perubahan Jumlah <i>Viewers</i> Media Sosial | 59 |
| Tabel 4.16 Unggahan Konten Promosi Di Media Sosial | 61 |



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

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 3.1 Logo Mal Botani Square..... | 16 |
| Gambar 3.2 Struktur Organisasi Mal Botani Square..... | 20 |
| Gambar 4.1 Konten Promosi Event Di Instagram Dalam Bentuk Gambar..... | 32 |
| Gambar 4.2 Konten Promosi Event Di Instagram Dalam Bentuk Motion Grafis. | 33 |
| Gambar 4.3 Konten Promosi Event Di Instagram Dalam Bentuk Reels..... | 34 |
| Gambar 4.4 Jangkauan Instagram Mal Botani Square Okt-Des 2023..... | 35 |
| Gambar 4.5 Konten Populer <i>Reels</i> Instagram Mal Botani Square..... | 39 |
| Gambar 4.6 Demografis <i>Viewers</i> Instagram mal Botani Square..... | 39 |
| Gambar 4.7 Geografis <i>Viewers</i> Instagram Mal Botani Square..... | 40 |
| Gambar 4.8 Diagram Domisili Semifinalis <i>Event</i> Botani Chef Cilik 2023..... | 41 |
| Gambar 4.9 Diagram Pemenang Undian <i>Event</i> X'Mas Midnight Sale..... | 41 |
| Gambar 4.10 Unggahan Konten Promosi Event Di Tiktok Mal Botani Square.... | 43 |
| Gambar 4.11 Geografis Pengikut Tiktok Mal Botani Square..... | 44 |
| Gambar 4.12 Capaian <i>Viewers</i> Konten Tiktok Mal Botani Square..... | 44 |
| Gambar 4.13 Konten Tiktok Dengan <i>Insight</i> Tertinggi Bulan Oktober..... | 46 |
| Gambar 4.14 Konten Tiktok Dengan <i>Insight</i> Tertinggi Bulan November..... | 46 |
| Gambar 4.15 Konten Tiktok Dengan <i>Insight</i> Tertinggi Bulan Desember..... | 47 |
| Gambar 4.16 Unggahan Konten Promosi Event Di Youtube Shorts..... | 48 |
| Gambar 4.17 Unggahan Video Di YoutubeMal Botani Square..... | 50 |
| Gambar 4.18 Unggahan Konten Promosi Event Di Facebook..... | 51 |
| Gambar 4.19 Jangkauan Akun Facebook Mal Botani Square..... | 54 |
| Gambar 4.20 Diagram Selisih Pengikut Media Sosial Mal Botani Square..... | 56 |



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Panduan Observasi..... | 68 |
| Lampiran 2. Panduan Wawancara..... | 69 |
| Lampiran 3. Panduan Dokumentasi..... | 70 |
| Lampiran 4. Kalender <i>Event</i> Mal Botani Square Okt-Des 2023..... | 71 |
| Lampiran 5. Dokumentasi <i>Event</i> Mal Botani Square..... | 83 |
| Lampiran 6. Unggahan Konten Promosi <i>Event (Reels)</i> | 86 |
| Lampiran 7. Data Peserta Semifinalis Botani Chef Cilik 2023..... | 91 |
| Lampiran 8. Data Pemenang Undian <i>Event X'Mas Midnight Sale</i> | 92 |



**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

Mal banyak dikenal sebagai suatu pusat perbelanjaan yang banyak menyediakan kebutuhan masyarakat. Kini perkembangan fungsi fasilitas mal tidak hanya sebagai pusat perbelanjaan saja, fasilitas hiburan kian dominan, dari bioskop, *fashion*, *food court*, *fitness*, tempat bermain anak-anak, hingga ruang pameran. Penggunaan mal sebagai *venue* suatu acara kini menjadi hal yang banyak ditemui. Ruang yang cukup luas, fasilitas yang memadai, kondisi yang strategis, mengingat mal adalah sebuah ruang publik yang umumnya selalu ramai dikunjungi masyarakat menjadi sebagian alasan banyaknya penyelenggara *event* yang memilih mal sebagai *venue* penyelenggaraannya. Sejalan dengan itu, penerapan media promosi juga dilakukan sedemikian rupa sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran baik itu produk *tenant* ataupun *event* yang diselenggarakan di suatu mal.

Hal yang disebutkan di atas erat kaitannya dengan bidang Marketing Communication yang banyak berperan dalam mengatur dan menjalankan tanggung jawab tersebut. Penyelenggaraan *event* menjadi salah satu solusi dalam melakukan kegiatan yang inovatif dan dapat menghidupkan suasana mal untuk bisa menarik atensi masyarakat agar mau berkunjung dan meramaikan mal tersebut, baik itu yang berasal dari eksternal yang menjadikan mal tersebut sebagai *venue*, ataupun *event* internal dari mal itu sendiri yang diselenggarakan untuk memeriahkan dan menghadirkan banyak pengunjung.

Pada proses pelaksanaannya, terdapat pula tahapan untuk bisa membuat *event* tersebut bisa terlaksana sesuai dengan apa yang diharapkan. Kehadiran dan antusias pengunjung atau partisipan menjadi hal yang paling utama dalam penyelenggaraan sebuah *event*. Maka dari itu, sangat diperlukan adanya kegiatan promosi yang dilakukan sebagai rangkaian tahapan dalam menarik

atensi masyarakat untuk bisa ikut serta dalam *event* yang akan diselenggarakan. Berbagai kegiatan promosi perlu dilakukan oleh tim *Marketing Communication* diantaranya



© 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





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

dengan penerapan *electronic marketing (e-marketing)* yang pada praktiknya banyak memanfaatkan media sosial. Hal ini sangat penting untuk dijadikan sebagai salah satu strategi efektif bagi tim Marketing Communication. Seperti yang dikutip dari buku berjudul *Event Marketing* yang menyebutkan “*Electronic marketing is an integrated and mainstream aspect of any event marketing communication activity...*” (Preston, 2012:112).

Penulis berkesempatan untuk melakukan praktik kerja lapangan pada bagian Marketing Communication di Mal Botani Square yang mana di Botani Square sendiri bagian ini juga akrab dikenal sebagai divisi Event and Promotion (EP), hal ini merupakan kesempatan yang besar bagi penulis untuk mengetahui hal-hal penting yang berkaitan dengannya terutama dalam penyelenggaraan sebuah *event* yang merupakan inti dari bidang MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*) yang juga sedang ditempuh oleh penulis. Penerapan media promosi yang dilakukan secara digital dengan memanfaatkan media sosial aktif dilakukan oleh tim Marketing Communication Mal Botani Square, dalam hal ini penulis melakukan pengamatan serta terlibat langsung dalam kegiatan promosi ini khususnya dalam memperkenalkan *event* atau kegiatan yang akan diselenggarakan di Mal Botani Square.

Sadar akan efektivitas dari pemanfaatan media sosial dalam kegiatan promosi sebuah *event*, membuat penulis tertarik untuk mengangkatnya sebagai sebuah topik di dalam laporan yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi *Event* oleh *Marketing Communication* Mal Botani Square”. Pada laporan ini penulis akan membahas tentang penggunaan media sosial dalam mendukung pelaksanaan *event* yang diselenggarakan di Mal Botani Square serta *insight* dari strategi tersebut yang akan disajikan sesuai dengan data yang telah dikumpulkan.



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

1.2 Perumusan Masalah

Dalam penyusunan laporan ini, penulis menyadari beberapa rumusan masalah yang menjadi topik menarik untuk diidentifikasi dan ditelaah lebih jauh, diantaranya sebagai berikut.

1. Apa saja *event* yang diselenggarakan oleh Mal Botani Square dan memanfaatkan promosi digital melalui media sosial?
2. Apa saja platform media sosial yang digunakan oleh Mal Botani Square dalam melakukan promosi digital?
3. Bagaimana hasil analisis perbandingan platform media sosial yang digunakan oleh Mal Botani Square sebagai media promosi *event*?

1.3 Tujuan Penulisan Laporan

Adapun tujuan dari penulisan laporan yang dibuat oleh penulis diantaranya sebagai berikut.

1. Mengetahui berbagai *event* yang diselenggarakan Mal botani Square yang memanfaatkan media sosial sebagai media promosi digital.
2. Mengetahui apa saja platform media sosial yang digunakan sebagai alat promosi secara digital oleh Mal Botani Square.
3. Mengetahui hasil analisis perbandingan platform media sosial yang digunakan oleh Mal Botani Square sebagai media promosi *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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.4 Manfaat Penulisan Laporan

1. Manfaat Teoritis

Kajian atau topik di dalam laporan ini diharapkan mampu menjadi acuan dalam meningkatkan atau mengembangkan pemahaman terkait bagaimana pentingnya pemanfaatan media sosial dan *insight* nya dalam mempromosikan suatu kegiatan atau *event* yang akan diselenggarakan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Melalui riset dan analisis yang dilakukan, menambah pengetahuan dan wawasan penulis yang juga berada di dalam bidang MICE sehingga menjadi bekal dalam melakukan perencanaan penyelenggaraan sebuah *event* yang melekat dan sangat erat kaitannya dengan bidang MICE. Penulis juga menjadi lebih memahami bagaimana proses kerja sebuah ruang publik yang dalam hal ini adalah sebuah mal dalam mengatur dan mengurus proses terselenggaranya sebuah *event* yang memilih mal tersebut sebagai *venue*. Melalui pengalaman penulis yang terjun langsung ke dalam tim *Marketing Communication*, penulis menganalisis permasalahan yang ada khususnya dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dari penyelenggaraan sebuah *event* kemudian melakukan evaluasi dengan tujuan pembelajaran khususnya dalam melakukan praktik penyelenggaraan *event* dan penerapan media promosi di masa yang akan datang.

b. Bagi Penyelenggara *Event*

Laporan ini diharapkan mampu membantu meningkatkan analisis penyelenggara *event* yang memilih mal sebagai *venue* penyelenggaraannya, terutama dalam koordinasinya dengan tim *Marketing Communication* sebuah mal sehingga bisa lebih saling memahami bagaimana proses yang sebenarnya terjadi hingga suatu *event* bisa terlaksana di mal tersebut. Selain itu terkait dengan

pengaruh media promosi yang diterapkan juga menjadi penting untuk diketahui oleh penyelenggara *event* dalam memaksimalkan pemasaran *event* yang dibuat untuk bisa banyak menarik atensi masyarakat.

c. Bagi masyarakat

Laporan ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat umum yang selanjutnya menjadi pengunjung di dalam sebuah mal dan target utama dari penyelenggaraan *event* dan penerapan media promosi yang dilakukan oleh tim Marketing Communication di sebuah mal.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam penyusunan laporan ini diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Observasi

Penulis melakukan observasi secara langsung yang berkaitan dengan penggunaan media sosial sebagai alat promosi digital yang diterapkan di dalam Marketing Communication yang mana merupakan bidang penulis melakukan praktik kerja lapangan sehingga dapat menganalisis secara langsung dari apa yang dialami penulis selama melakukan praktik kerja lapangan. **(Panduan Observasi dapat dilihat pada lampiran 1)**

2. Wawancara

Metode wawancara dilakukan oleh penulis kepada orang-orang terdekat yang terlibat dalam tim Marketing Communication Mal Botani Square sebagai pemenuhan informasi yang dapat dimasukkan ke dalam laporan. **(Panduan Wawancara dapat dilihat pada lampiran 2)**

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan topik yang membahas tentang penerapan



media sosial oleh Marketing Communication dalam proses penyelenggaraan *event* dan hasil dari penerapan tersebut yang ditunjukkan oleh data *insight* media sosial yang digunakan. **(Panduan Dokumentasi dapat dilihat pada lampiran 3)**

1.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan oleh penulis dalam menyusun laporan adalah dengan metode analisis data kualitatif. Metode analisis data kualitatif yang dilakukan yaitu pendekatan pengolahan secara mendalam data hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan praktik kerja lapangan ini, penulis menggunakan sistematika penulisan yang terdiri dari 5 (lima) bab, yang berisi Bab 1, yaitu bagian pendahuluan laporan praktik kerja lapangan ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan sistematika penulisan yang dibuat oleh penulis berdasarkan hasil praktik kerja lapangan yang dilalui oleh penulis selama melakukan praktik kerja lapangan di Marketing Communication Mal Botani Square. Bab 2, yaitu landasan teori yang berisi teori-teori yang relevan dan dapat digunakan untuk menjelaskan variabel masalah yang dibahas pada praktik kerja lapangan yang berkaitan dengan topik yang diangkat oleh penulis dalam penulisan laporan praktik kerja lapangan ini. Bab 3 yang berisi gambaran umum perusahaan menjelaskan terkait profil singkat perusahaan dan struktur organisasi perusahaan atau instansi serta bidang usaha perusahaan yang menjadi tempat bagi penulis melakukan praktik kerja lapangan yang mana dalam hal ini adalah PT Bogor Anggana Cendekia atau lebih dikenal Mal Botani Square. Bab 4, berisikan uraian dan perumusan masalah yang dijabarkan berdasarkan metode yang digunakan penulis dan terkait dengan topik yang diangkat yaitu “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi *Event* oleh Marketing Communication Mal Botani Square”. Bab 5, pada bab ini penulis



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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menyampaikan kesimpulan serta saran atas jawaban yang diperoleh dari rumusan masalah dan pembahasan pada bab-bab yang telah ditinjau sebelumnya.



© 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





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan 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 II LANDASAN TEORI

2.1 Marketing Communication

Komunikasi pemasaran terencana menentukan arah dan cara untuk mencapai tujuan pemasaran yang harus dicapai dan menjadi pedoman pelaksanaan pekerjaan mereka yang bertanggung jawab atas komunikasi pemasaran, karyawan yang merupakan stakeholder yang terlibat dalam pekerjaan, dan setiap stakeholder seperti agen periklanan yang berada di luar aktivitas perusahaan (Machfoedz, 2010 dalam Afriani, 2015:88).

Kegiatan pemasaran banyak melibatkan aktivitas komunikasi. Komunikasi merupakan aktivitas yang dilakukan oleh antar individu atau organisasi yang saling bertukar pikiran (Shimp, 2003 dalam Purwitasari, 2014).

Marketing Communication mix berbentuk komunikasi yang dikategorikan dalam delapan bentuk yaitu iklan, promosi penjualan, kegiatan dan pengalaman, *public relations* dan *publicity*, pemasaran secara langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut, dan promosi diri. Dalam hal ini iklan menjadi pembahasannya karena merupakan bentuk presentasi non personal dan promosi yang memerlukan biaya mengenai ide yang dituangkan, barang atau jasa oleh sponsor yang jelas baik melalui *print media*, *broadcast media*, *network media*, *electronic media*, dan *display media* (Kotler dan Keller, 2012 dalam Purwitasari, 2014).

Marketing Communication yang ada di Mal Botani Square sendiri memiliki tugas utama yaitu terkait dengan pengadaan sebuah *event* di Mal Botani Square sekaligus memproduksi dan memproses media promosi yang diterapkan oleh Mal Botani Square, serta membuat program-program yang dapat menarik minat customer dan tentunya termasuk di dalamnya

membentuk strategi-strategi marketing yang dapat memaksimalkan produktivitas yang ada di Mal Botani Square.

2.2 Event

Tidak bisa dipungkiri bahwa penyelenggaraan event kian marak dilakukan hingga saat ini. Berbagai alasan melatarbelakangi diselenggarakannya sebuah *event*. Adapun beberapa terminologi *event* yang dikutip dari beberapa sumber adalah sebagai berikut.

Dalam arti sempit *event* diartikan sebagai pameran, pertunjukan atau festival, dengan syarat ada penyelenggara, peserta dan pengunjung. Namun dalam arti luas, *event* diartikan sebagai suatu kurun waktu kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diselenggarakan oleh penyelenggara. (Kennedy, 2009 dalam Vianto dan Setyawan, 2021:136)

Definisi *event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. (Noor, 2009 dalam Rahma, 2017:157).

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *event* diselenggarakan untuk tujuan tertentu yang melibatkan banyak orang dan dilaksanakan untuk bisa menarik atensi masyarakat dan meningkatkan *awareness* mereka terhadap suatu hal. Penulis menyadari bahwa penyelenggaraan *event* di suatu mal menjadi salah satu strategi pemasaran atau promosi yang digunakan untuk bisa menggaet lebih banyak pengunjung yang dampaknya akan dirasakan oleh *tenant-tenant* di dalam mal tersebut terkait dengan peningkatan penjualan mereka. Selain itu, pengadaan *event* di mal juga menjadi bentuk aktivitas yang membuat mal



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

terasa lebih hidup dan menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pengunjung dan orang-orang yang terlibat di dalam *event* tersebut. Pengadaan *event* ini juga tentunya melibatkan banyak pihak yang membuat kerjasama antara mal dengan pihak eksternal lainnya menjadi lebih baik dan menciptakan kolaborasi yang saling menguntungkan

2.3 Promosi

Promosi menjadi bagian yang sangat penting untuk dilakukan terutama dalam berbisnis. Pada pusat perbelanjaan seperti mal sendiri kegiatan promosi sangat marak ditemukan. Diperlukan adanya strategi dalam membentuk sebuah promosi yang ingin disebarluaskan. Diantaranya seperti yang dikutip dari buku yang berjudul *Event Marketing* menyebutkan:

Additionally, location of the promotion is critical; if you are doing the promotion for public attention, pick a central location or an area that has high visibility and large amounts of traffic. Alternatively, virtual stunts designed for online posting can enjoy more latitude as to the where and when proceedings. (Preston, 2012)

Selain itu, Buchari Alma juga mengatakan terkait definisi promosi sebagai berikut.

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tujuan utama dari promosi yaitu menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. (Praja dalam Yunita dan Handayani, 2018)

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dari pernyataan di atas menyimpulkan betapa penting untuk dilakukannya strategi promosi didalam melakukan sebuah pemasaran. Seiring berjalannya waktu strategi promosi perlu terus disesuaikan. Terkait bagaimana cara paling efektif agar promosi tersebut bisa tersampaikan sesuai dengan yang diharapkan. Salah satunya adalah dengan mengembangkan strategi promosi digital di era sekarang ini. Berkaitan dengan hal tersebut, penulis akan menggambarkan bagaimana suatu promosi digital dilakukan melalui media sosial untuk mempromosikan *event* yang diselenggarakan oleh Mal Botani Square pada laporan ini.

2.4. Media Sosial

Saat ini, media sosial sangat erat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Banyak masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menemukan informasi ataupun berkomunikasi. Seperti yang dikutip dari buku Peranan Media Sosial Modern menyebutkan:

Media sosial muncul sebagai salah satu terminologi populer yang merambah semua generasi. Dengan media sosial, aktivitas yang tadinya dilakukan secara konvensional dengan *face-to-face mode* sekarang bisa dilakukan secara virtual baik secara *synchronous* maupun *asynchronous*. (Abdillah, 2022:1)

Dikutip dari buku yang sama diinformasikan pula bahwa internet menjadi pondasi media sosial yang menghubungkan hingga miliaran penggunanya di seluruh dunia. Tren penggunaan internet ini didominasi oleh media sosial dan akses dari *mobile phone* atau *smartphone*.

Seperti yang banyak diketahui pula, saat ini media sosial yang sedang marak digunakan diantaranya adalah Instagram, Tiktok, Youtube, Facebook, dan lain sebagainya. Diambil dari laman We Are Social yang aktif menyoroti tren penggunaan media sosial, internet, hingga e-niaga secara global dari tahun ke tahun, diinformasikan bahwa dari data terakhir

yang dikumpulkan yaitu bulan Januari 2023 terdapat 167 juta pengguna media sosial di Indonesia, yang mana jumlah ini setara dengan 60,4% dari total populasinya. Disebutkan pula bahwa secara lebih luas, sebanyak 78,5% dari basis pengguna internet di Indonesia menggunakan setidaknya satu platform media sosial hingga Januari 2023. Adapun beberapa platform media sosial yang banyak digunakan diantaranya adalah sebagai berikut.

2.4.1 Instagram

Untaro dan Fajariana (2018:277) menyebutkan bahwa Instagram telah mengalami banyak perubahan dan menjadi sebuah platform yang memungkinkan pengguna membangun identitas visual bisnis mereka. Penting untuk diingat bahwa pengguna Instagram menghargai konten berkualitas tinggi. Foto dan video yang memberi audiens informasi menarik dengan cara baru dan unik.

Menurut Adhanisa dan Fatchiya (dalam Nugroho, 2021) menyebutkan bahwa Instagram tidak hanya dapat dipakai sebagai suatu *trend* dan perkembangan gaya hidup akan tetapi bisa juga digunakan sebagai media *digital marketing* yang populer saat ini. Pengetahuan akan media Instagram ini tentunya sangat diperlukan oleh masyarakat saat ini, dimana mereka tidak hanya bisa berjualan lewat *offline* saja akan tetapi bisa mendapatkan tambahan dari berjualan *online*.

Dikutip dari laman Datareportal.com yang aktif menyoroti tren penggunaan media sosial, internet, hingga e-niaga secara global dari tahun ke tahun, diinformasikan bahwa dari data terakhir yang dikumpulkan yaitu bulan Januari 2023 menunjukkan bahwa di Indonesia Instagram memiliki 89,15 juta pengguna. Ini menunjukkan bahwa jangkauan iklan Instagram di Indonesia setara dengan 32,3% dari total populasi di bulan Januari 2023. (Kemp, 2023)



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.4.2 Tiktok

Salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia adalah Tiktok. Tiktok memiliki fitur-fitur seperti *fyp*, *live*, *filter*, dan lain-lain. Fitur-fitur tersebut memudahkan penggunanya untuk membuat konten yang kreatif dan menarik. Saat ini Tiktok tidak hanya dikenal sebagai media sosial yang berisi mengenai konten-konten yang tidak bermanfaat. Namun, kini banyak pengguna Tiktok yang menggunakan media tersebut untuk edukasi, beropini, dan bisnis. (Mustikasari dkk, 2018, hal 333)

Dikutip dari laman Dataportal.com menyebutkan bahwa data yang dipublikasikan di sumber periklanan ByteDance menunjukkan media sosial Tiktok memiliki 109,9 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia pada awal tahun 2023. Sedangkan untuk iklan Tiktok menjangkau 56,8% dari seluruh orang dewasa berusia 18 tahun ke atas di awal tahun 2023, dan jangkauan iklan Tiktok setara dengan 51,6% basis pengguna internet lokal untuk seluruh usia. (Kemp, 2023)

2.4.3 Youtube

Menurut Woog (dalam Azzahrani, 2018) menyebutkan bahwa Youtube merupakan suatu situs yang memungkinkan miliaran orang menemukan menonton dan berbagi video asli yang dibuat.

Youtube telah menjadi situs berbagi video terbesar dan terpopuler di dunia saat ini. Situs ini memfasilitasi penggunanya untuk mengunggah video maupun menyiarkan video secara langsung yang dapat ditonton oleh pengguna lain di seluruh dunia secara gratis. (Setiadi dkk, 2021 hal 314)

Namun, dari data yang terdapat pada saat ini menunjukkan bahwa tidak adanya perubahan potensi jangkauan iklan di Youtube.

Seperti yang dikutip dari laman Dataportal.com menyebutkan data yang dipublikasikan di alat perencanaan iklan milik Google menunjukkan bahwa potensi jangkauan iklan Youtube di Indonesia tidak berubah antara awal tahun 2022 dan awal tahun 2023. Sementara itu, data yang sama menunjukkan bahwa jumlah pengguna yang dapat dijangkau pemasar dengan iklan di Youtube di Indonesia juga tidak berubah antara Oktober 2022 hingga Januari 2023. (Kemp, 2023)

Hal inilah yang juga menjadi menarik untuk dibuktikan, apakah ketetapan jangkauan Youtube ini terjadi pula pada penggunaan Youtube sebagai media promosi *event* di Mal Botani Square.

2.4.4 Facebook

Facebook merupakan situs jejaring sosial yang memiliki layanan bagi penggunanya untuk memposting foto, memposting informasi, memposting komentar dan membagikan konten menarik lainnya di web Facebook. Facebook memiliki beberapa fitur yang dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan pemasaran secara digital salah satunya yaitu iklan Facebook. (Barokah dkk, 2021, hal 18)

Penggunaan media sosial khususnya facebook sangat diminati di Indonesia, hal ini yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis *e-commerce* untuk memasarkan produk mereka dengan memanfaatkan facebook sebagai media untuk promosi. (Hidayat dkk, 2017, hal 418)

Data terkini menyebutkan, dikutip dari laman Dataportal.com, angka yang dipublikasikan di alat Meta sendiri menunjukkan bahwa potensi jangkauan iklan Facebook di Indonesia menurun sebesar 10,0 juta (-7,7 persen) antara tahun 2022 dan 2023” (Kemp, 2023).



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

Hal inilah yang juga menjadi menarik untuk dibuktikan, apakah penurunan ini terjadi pula pada penggunaan Facebook sebagai media promosi event di Mal Botani Square.

Melihat dari informasi yang disebutkan di atas terkait dengan penggunaan media sosial, maka menarik untuk diketahui bagaimana sebuah perusahaan memanfaatkan penggunaan media sosial ini untuk meningkatkan kegiatan promosinya. Terkhusus dalam laporan ini berkaitan dengan bidang Marketing Communication Mal Botani Square yang terbilang cukup aktif dalam penyelenggaraan *event*, terkait dengan bagaimana mereka bisa memberdayakan media sosial yang mereka miliki untuk kegiatan promosi dari *event-event* atau kegiatan yang akan mereka laksanakan.

© 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





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 V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Terdapat beberapa *event* yang diselenggarakan oleh Mal Botani Square terlebih lagi pada saat akhir pekan. Berbagai *event* tersebut mulai dari proses hingga penyelesaiannya merupakan tanggung jawab dari Tim Marketing Communication Mal Botani Square. Namun diantaranya juga ada yang secara konsep hingga teknis pelaksanaannya diatur langsung oleh pihak penyelenggaranya yang bisa disebut juga pihak eksternal yang menjadikan Mal Botani Square sebagai *venue* acara yang mereka sewa saja atau sebelumnya telah menjalin kerjasama dengan pihak Mal Botani Square. Hal ini tentunya tidak menurunkan tanggung jawab tim Marketing Communication Mal Botani Square diantaranya dalam mempromosikan *event* yang akan diselenggarakan.
2. Media sosial menjadi salah satu strategi media promosi yang digunakan oleh Marketing Communication Mal Botani Square untuk memperluas jangkauan promosi *event* yang diselenggarakan oleh Mal Botani Square. Adapun media sosial yang digunakan oleh Mal Botani Square yaitu Instagram, Tiktok, Youtube, dan Facebook. Pada penggunaannya, masing-masing media sosial ini memberikan *insight* yang berbeda-beda.
3. Berdasarkan hasil perbandingan dari data hasil *insight* media sosial yang digunakan oleh Mal Botani Square, media sosial Instagram merupakan platform yang paling efektif dan memiliki *insight* yang paling tinggi dalam penggunaannya untuk mengunggah konten promosi *event*, Instagram juga terus mengalami peningkatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan platform media sosial yang digunakan lainnya yaitu Tiktok, Youtube, dan juga Facebook. Hal ini

dibuktikan dengan data *insight* yang menunjukkan peningkatan jumlah pengikut Instagram yang mengalami kenaikan paling tinggi diantara platform lainnya selama bulan Oktober hingga Desember yaitu sebanyak 2.854 pengikut dan kenaikan jumlah *viewers* yang paling stabil tanpa adanya penurunan di setiap bulannya dengan capaian *viewers* konten media promosi *event* paling tinggi yang mencapai hingga 1.277.870 *viewers*.

5.2 Saran

Konsistensi dalam mengunggah konten media sosial perlu ditingkatkan agar ketimpangan yang terjadi dari beberapa platform media sosial yang digunakan tidak terjadi. Unggahan konten sebaiknya tidak difokuskan pada satu platform media sosial saja, sehingga dalam membandingkan efektivitasnya juga bisa lebih seragam. Hal ini dapat dilakukan untuk bisa menjangkau peserta *event* yang lebih luas akibat dari perbedaan potensi jangkauan wilayah yang berbeda-beda untuk setiap platform media sosial yang dimiliki.

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





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

- Afriani, A. (2015). Strategi Marketing Communication. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 14(1), 87-109.
- Azzahrani, M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Pesona Indonesia Melalui Youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 144-161.
- Barokah, S., Wulandari, O. A. D., Sari, M. T., & Yuditama, I. F. (2021). Optimalisasi Digital Marketing Melalui Facebook Ads Di Kelurahan Purwanegara. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 17-22.
- Biagi, S. (2013). Media/Impact: An Introduction to Mass Media. *Media Impact: An Introduction to Mass Media*.
- Habsy, B. A. (2017). Seni Memahami Penelitian Kualitatif Dalam Bimbingan Dan Konseling: Studi Literatur. *Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1(2), 90-100.
- L Hsmnt. Botani Square Mall Promo Video (Bhs Indonesia) Arsip 2006. *Youtube Video*, 07:51. 16 September 2012. dari <https://www.youtube.com/watch?v=5NWoxPJsaV4>
- Manfaat dan Kelebihan Pemasaran Melalui Media Sosial*. (2020). iBrand. Diakses pada 27 Januari 2024, dari <https://ibrand.id/manfaat-pemasaran-melalui-media-sosial/>
- Mustikasari, R., Yuningsih, A., & Rosyad, U. N. Strategi Komunikasi Pesan Kreatif Reciprocity Principle Dalam Promosi Produk Di Media Sosial Tiktok. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 332-349.



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

Preston, C. A. (2012). *Event Marketing: How To Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions*.

Pujaastawa, I. B. G. (2016). *Teknik Wawancara Dan Observasi Untuk Pengumpulan Bahan Informasi. Manuskrip Tidak Diterbitkan. Denpasar, Bali: Pogram Studi Antropologi, Fakultas Sastra dan Budaya, Universitas Udayana*. Tersedia secara online juga di: https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir.

Purwitasari, F. Y. D. I. (2014). Analisis Fenomenologi Representasi Konsep Pria Dalam Iklan Televisi. (*Studi pada Iklan Televisi Vaseline Men Wash Moisturizer Versi Naik Motor dan Men's Biore Versi Main Bola*) (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen Unika Soegijapranata).

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.

Rahma, A. (2018). Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth). *Nyimak: Journal of Communication*, 1(2), 149-169.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.

Vianto, A. N., & Setyawan, H. (2022, December). *Kegiatan Event Borneo Goes to Prambanan Jazz Virtual Festival 2021*. In Seminar Nasional Riset Terapan (Vol. 11, No. 01, pp. 135-140).

We Are Social. (2017). Digital 2023. Diakses pada 20 Januari 2024, dari <https://wearesocial-com.translate.google.com/blog/2023/01/digital-2023/>

Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), 14-24.



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

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Panduan Observasi

Nama Observer : Fika Handayani
Topik Pengamatan : Promosi Event Mal Botani Square
Waktu Pengamatan : 8 September 2023 - 12 Januari 2024

1. Proses perencanaan ide konten *event* dilakukan secara matang melalui diskusi bersama.
2. Kerjasama tim yang baik dilakukan dengan memperhatikan tupoksi dan tanggung jawab pembagian tugas dalam *event*.
3. Proses perencanaan penggunaan media promosi *event* dipikirkan secara matang.
4. Pembuatan konten promosi *event* disesuaikan dengan kondisi terkini untuk menarik minat masyarakat.
5. Konten promosi *event* dilakukan pada saat *pre*, *during*, dan *after event*.
6. Produksi konten promosi *event* melibatkan *tenant* yang ada di mal Botani Square sebagai bentuk kerjasama.
7. Konten promosi *event* diunggah melalui semua platform media sosial yang dimiliki tanpa dibedakan.
8. Promosi *event* melalui media sosial dilakukan dari jauh hari secara konsisten.
9. Capaian jangkauan promosi *event* tersebar secara luas ke berbagai wilayah.
10. *Feedback* dari konten media sosial yang telah dibuat diterima dan ditanggapi secara positif oleh tim.
11. Terjadi peningkatan yang signifikan dari setiap media sosial yang digunakan untuk mempromosikan *event*.
12. Perolehan peserta *event* yang memuaskan sebagai hasil dari konten promosi *event* yang dibuat.



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

Lampiran 2 : Panduan Wawancara

Jabatan : Supervisor Marketing Communication / Event & Promotion

1. *Event* apa saja yang akan diselenggarakan di Mal Botani Square selama periode Oktober hingga Desember 2023?
2. Bagaimana alur penyelenggaraan *event* yang dibuat hingga *event* terlaksana?
3. Bagaimana strategi yang digunakan untuk menarik peserta atau pengunjung yang akan mengikuti *event* tersebut?
4. Apakah Mal Botani Square secara aktif melakukan kerjasama dengan *tenant* dalam penyelenggaraan *event* yang dibuat terutama dalam membantu memproduksi konten promosi?

Jabatan : Staff Marketing Communication / Event & Promotion

1. Media sosial apa saja yang dimiliki oleh Mal Botani Square?
2. Siapa saja yang bertanggung jawab atas konten promosi *event* yang diunggah?
3. Bagaimana strategi penerapan jadwal unggahan konten promosi *event* yang dibuat?
4. Bagaimana strategi Mal Botani Square agar konten promosi *event* yang diunggah bisa tersampaikan secara maksimal?
5. Darimana hasil *insight* media sosial Mal Botani Square bisa didapatkan?
6. Bagaimana cara tim Marketing Communication Mal Botani Square memproses data media sosial tersebut?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 : Panduan Dokumentasi

1. Profil perusahaan Mal Botani Square
2. Visi misi perusahaan Mal Botani Square
3. Struktur organisasi Mal Botani Square
4. Data *event* Mal Botani Square
5. Data media sosial Mal Botani Square



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

Lampiran 4 : Kalender *Event* Mal Botani Square Oktober hingga Desember 2023

Keterangan :



Event yang berada di bawah tanggung jawab tim Marketing Communication

| OKTOBER 2023 | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| SUNDAY | MONDAY | TUESDAY | WEDNESDAY | THURSDAY | FRIDAY | SATURDAY |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| PESONA RAGAM BATIK GALERI 100% BOGOR PISAN | PESONA RAGAM BATIK GALERI 100% BOGOR PISAN | PESONA RAGAM BATIK GALERI 100% BOGOR PISAN | PESONA RAGAM BATIK GALERI 100% BOGOR PISAN | PESONA RAGAM BATIK GALERI 100% BOGOR PISAN | PESONA RAGAM BATIK GALERI 100% BOGOR PISAN | LT2 D DANZE PROJECT RECITAL 12.00 - 19.00 WIB |
| | | | | | | OUTDOOR (LOBBY RAFFLESIA) ROCCASPACE POUNDFIT 06.30 - 09.00 WIB |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| LT2 D DANZE PROJECT RECITAL 12.00 - 19.00 WIB | | | LT2 ROCCASPACE POUNDFIT 18.00 - 19.30 WIB | LT2 DONOR DARAH 10.00 - 13.00 WIB | | LOBBY GLADIOL KOMPAKK: KONSULTASI ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS (CSR) |

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

| | | | | | | |
|--|----|----|---|--|----|--|
| | | | | | | 10.00 - 19.00 WIB |
| OUTDOOR (LOBBY RAFFLESIA) ROCCASPACE POUNDFIT 06.30 - 09.00 WIB | | | | LT2 JAMMING WITH ILDI (LINE DANCE) 14.00 - 16.00 WIB | | OUTDOOR (LOBBY RAFFLESIA) ROCCASPACE POUNDFIT 06.30 - 09.00 WIB |
| | | | | LT2 ROCCASPACE POUNDFIT 18.00 - 19.30 WIB | | |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| LT2 GRAMEDIA COLORING COMPETITION & LAUNCHING BUKU | | | LT2 CELFIT ZUMBA LAUNCHING 15.30 - 17.00 WIB | LT2 JAMMING WITH ILDI (LINE DANCE) 10.00 - 12.00 WIB | | |
| | | | | LT2 OPEN MODELLING CLASS WITH LINA VE SCHOOL 16.00 - 18.00 WIB | | |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| OUTDOOR (LOBBY RAFFLESIA) ROCCASPACE POUNDFIT 06.30 - 09.00 WIB | | | LT2 ROCCASPACE POUNDFIT 18.00 - 19.30 WIB | LT2 JAMMING WITH ILDI (LINE DANCE) 10.00 - 12.00 WIB | | LT2 BOTANI CHEF CILIK 2023 BABAK PENYISIHAN 10.00 - 15.00 WIB |

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 meminumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



| | | | | | | |
|---|----|----|----|--|--|---|
| LT2 DINAS LINGKUNGAN HIDUP & KESEHATAN * LEASING | | | | LT2 ROCCASPACE POUNDFIT 18.00 - 19.30 WIB | | LT2 IKRAR SUMPAAH PEMUDA 17.00 - 21.00 WIB * |
| | 29 | 30 | 31 | | | |
| LT2 PERUMNAS 10.00 - 21.00 WIB LEASING | | | | | | |
| OUTDOOR (LOBBY RAFFLESIA) ROCCASPACE POUNDFIT 06.30 - 09.00 WIB | | | | | | |



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



| November 2023 | | | | | | |
|---|--------|---------|---|---|---|---|
| SUNDAY | MONDAY | TUESDAY | WEDNESDAY | THURSDAY | FRIDAY | SATURDAY |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | | | | | | LT2 HARMONY OF ANGKLUNG LIVE MUSIC PERFORMANCE 16.00 - 20.00 WIB (PIC RAFI) |
| | | | | | | LT2 SAMPING MIXER OPEN BOOTH KESATUAN |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| | | | | | LT2 FMP - HARI PAHLAWAN 15.00 - 17.00 WIB | OUTDOOR (LOBBY RAFFLESIA) ROCCASPACE POUNDFIT 06.30 - 09.00 WIB |
| LT2 BOTANI CHEF CILIK 2023 BABAK FINAL 10.00 - 15.00 WIB (PIC ALL TEAM) Revisi Rundown, | | | LT2 COMMUNITY CORNER ROCCASPACE POUNDFIT 18.00 - 19.30 WIB | LT2 COMMUNITY CORNER ROCCASPACE POUNDFIT 18.00 - 19.30 WIB | LT2 MEET & GREET AKU RINDU POLRES KOTA BOGOR 13.00 - 14.00 WIB | LT2 HARMONY OF ANGKLUNG LIVE MUSIC PERFORMANCE 16.00 - 20.00 WIB |

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta




| | | | | | | | |
|---|----|----|----|----|---|--|--|
| Akan ada Demo Masak Dari Hotel IPB, Hotel Santika, Cafe Betawi | | | | | | | |
| LT2 SAMPING MIXER OPEN BOOTH KESATUAN | | | | | LT2 ZONANOSTALGIA 18.00 - 21.00 WIB | LT2 SAMPING MIXER OPEN BOOTH KESATUAN | |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | |
| OUTDOOR (LOBBY RAFFLESIA) ROCCASPACE POUNDFIT 06.30 - 09.00 WIB | | | | | | LT2 #TRIBUTE TO COLDPLAY LIVE MUSIC PERFORMANCE 16.00 - 20.00 WIB | |
| LT2 SAMPING MIXER OPEN BOOTH KESATUAN | | | | | | LT2 SAMPING MIXER OPEN BOOTH KESATUAN | |



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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
|--|--|----|---|---|---|---|
| LT2 COMMUNITY CORNER BERSAMA BOGOR REPTILE ADICT (BORA) 16.00 - 17.00 19.00 - 20.00 WIB | LT2 YAYASAN RUMAH MUSIK ANAK SPESIAL PENAMPILAN SENI DARI ANAK SPESIAL DALAM RANGKA HARI ANAK SEDUNIA 13.00 - 15.00 WIB | | LT2 COMMUNITY CORNER ROCCASPACE POUNDFIT 18.00 - 19.30 WIB | LT2 COMMUNITY CORNER LINE DANCE COMPETITION KERJA SAMA DENGAN IKATAN LANGKAH DANSA INDONESIA CAB. BOGOR DAN PORSENI KOTA BOGOR 10.00 - 15.00 WIB | BLACK FRIDAY | OUTDOOR (LOBBY RAFFLESIA) ROCCASPACE POUNDFIT 06.30 - 09.00 WIB |
| LT2 GRAMEDIA COLORING 09.00 - 12.00 WIB |  LITEKNIK GERI KARTA | | | | | |
| OUTDOOR (LOBBY RAFFLESIA) ROCCASPACE POUNDFIT 06.30 - 09.00 WIB | | | LT2 FIRE DRILL SOSIALISASI 08.30 - 10.00 WIB | LT2 COMMUNITY CORNER ROCCASPACE POUNDFIT 18.00 - 19.30 WIB | LT2 #ZONANOSTALGIA 2000 LOVE SONG LIVE MUSIC PERFORMANCE 16.00 - 20.00 WIB | |

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
|---|----|----|---|---|
| LT2 KIDS BALLET COMPETITION KERJA SAMA DENGAN PERKUMPULAN SANGGAR BALLET 13.00 - 17.00 WIB | | | LT2 COMMUNITY CORNER ROCCASPACE POUNDFIT 18.00 - 19.30 WIB | LT2 COMMUNITY CORNER ROCCASPACE POUNDFIT 18.00 - 19.30 WIB |
| LT2 SAMPING MIXER OPEN BOOTH KESATUAN | | | LT2 BED MAKING DISPARBUD & STP 10.00 - 18.00 WIB | LT2 GR TK TUNAS HARAPAN 09.00 - 10.00 WIB |



© 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



| Desember 2023 | | | | | | |
|---|-----------------------|---------|-----------|----------|--|--|
| SUNDAY | MONDAY | TUESDAY | WEDNESDAY | THURSDAY | FRIDAY | SATURDAY |
| | | | | | 1 | 2 |
| | | | | | CHRISTMAS CAROL SEKOLAH BPK PENABUR 15.00 - 18.00 WIB | CHRISTMAS CAROL TK TUNAS HARAPAN 10.00 - 13.00 WIB (STAGE L2) |
| | | | | | | CHRISTMAS CAROL YAMUGE INDONESIA 14.00 - 20.00 WIB (STAGE L2) |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| FESTIVAL ANAK ISTIMEWA DALAM RANGKA HARI DISABILITAS INTERNATIONAL (STAGE L2) KOMPAK (KOMUNITAS ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS) 10.00-18.00 | TEKNIK ERI ARTA | | | | CHRISTMAS CAROL GEREJA BPK PENABUR 13.00 - 17.00 WIB | CHRISTMAS CAROL NAMIKO STUDIO 10.00 - 16.00 WIB (STAGE L2) |
| | | | | | | CHRISTMAS CAROL SMP & SMA TUNAS HARAPAN 17.00 - 20.00 WIB (STAGE L2) |

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
|--|----|----|--|---|---|---|
| END YEAR CONCERT PURWACARAKA (SEWA AREA) 13.00 - 19.00 WIB (STAGE L2) | | | END YEAR PERFORMANCE * KINDERFIELD SCHOOL (BARTER ANNIVERSARY) 10.00 - 14.30 WIB (STAGE L2) | | PSALLO MUSIC CHRISTMAS CAROL 14:00 - 19:00 | CHRISTMAS SHOW 2023 SANTA & FRIEND PARADE (STAGE L2) 16.30 - 17.00 & 19.30 - 20.00 |
| | | | | Perguruan Advent Bogor Christmas Carol 14.00 - 17.00 | SKLH. KESATUAN (SMA & SMK) CHRISTMAS PERFORMANCE 12:00 - 15:00 1. Workshop pembuatan PASTA untuk jurusan Tata Boga 2. Workshop pembuatan Towel Art untuk jurusan Perhotelan. | Christmas dance 7 balet (konsumsi) 16.00 -16.30 & 19.00 - 19.30 |
| | | | | | | SEKOLAH TARUNA BANGSA SENTUL 13.00 - 15.00 WIB |
| | | | | | | MIDNIGHTSALE (STAGE LT. 2) 20.00 - 00.00 BAND PERFORMANCE DJ PERFORM LUCKY DIP |



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 mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
|--|--|----|----|----|--|---|
| SKLH. KESATUAN (TK & SD) CHRISTMAS PERFORMANCE 11:00 - 14:00 (penampilan Choral Public Speaking, Drama Musical dgn Tema Christmas & Happy New Year, Balet, Angklung, Solo Vokal, dan Band.) | L2 HARPI - BARTER ANNIV 13:00 - 18:00 | | | | YAYASAN MANDIRI 10:00 - 17:00 | STELLINA CHILDREN CHOIR 13.00 - 15.00 WIB |
| DRAMA MUSIKAL * (STAGE L2) 15.00 - 15.30 & 19.30 - 20.00 | | | | | SANTA & FRIENDS PARADE 18.30 - 20.00 (STAGE L2) | CHRISTMAS SHOW 2023 SANTA & FRIENDS PARADE 16.00 - 17.00 (STAGE L2) |
| CHRISTMAS CAROL GEREJA KATEDRAL (konsumsi) 16.00 - 19.00 WIB (STAGE L2) | | | | | | GRACE VOICE 19.00 - 20.00 (STAGE L2) |
| | | | | | | MIDNIGHTSALE (STAGE LT. 2) 20.00 - 00.00 BAND PERFORMANCE DJ PERFORM LUCKY DIP |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |

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 mengumumkannya 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| <p>DRAMA MUSIKAL * (STAGE L2) 16.30 - 17.00 & 19.30 - 20.00</p> | <p>PUNDIS ANGKLUNG (Stage GF Depan Uniqlo) 15.00 - 15.30</p> | <p>CHRISTMAS SHOW 2023 (STAGE L2) SANTA & FRIENDS PARADE 15.00 - 15.30 & 19.30 - 20.00 (STAGE L2)</p> | <p>PMI Atrium Lantai 2 donor darah 10:00 - 13:00</p> | | | <p>Punakawan Ethnic : Angklung Interaktrif 15.30 - 19.00</p> |
| <p>SANTA & FRIENDS PARADE 16.00 - 16.30 & 19.00 - 19.30 (STAGE L2)</p> | <p>MAGIC & CIRCUS SHOW 15.00 - 15.30 & 19,30 - 20.00</p> | <p>PUNDIS ANGKLUNG (Stage GF Depan Uniqlo) 16.00 - 16.30 & 19.00 - 19.30</p> | <p>PUNDIS ANGKLUNG (Stage GF Depan Uniqlo) 16.00 - 16.30 & 19.00 - 19.30</p> | <p>PUNDIS ANGKLUNG (Stage GF Depan Uniqlo) 16.00 - 16.30 & 19.00 - 19.31</p> | <p>PUNDIS ANGKLUNG (Stage GF Depan Uniqlo) 16.00 - 16.30 & 19.00 - 19.32</p> | <p>PUNDIS ANGKLUNG (Stage GF Depan Uniqlo) 16.00 - 16.30 & 19.00 - 19.33</p> |
| <p>PUNDIS ANGKLUNG (Stage GF Depan Uniqlo) 15.00 - 15.30</p> | <p>CHRISTMAS SHOW 2023 (STAGE L2) SANTA & FRIENDS PARADE 16.00 - 16.30 & 19.00 - 19.30 (STAGE L2)</p> | <p>WORKSHOP ANAK-ANAK MELUKIS DI ATAS BATU</p> | <p>WORKSHOP ANAK-ANAK KAIN PERCA</p> | <p>WORKSHOP ANAK-ANAK KULIT TELUR</p> | <p>WORKSHOP ANAK-ANAK</p> | <p>WORKSHOP ANAK-ANAK</p> |
| 31 | | | | | | |
| <p>MAGIC & CIRCUS SHOW (STAGE LT.2) 16.00 - 16.45 & 18.30 - 19.30</p> | | | | | | |
| <p>REDEMPTION: FACE PAINTING & TEROMPET</p> | | | | | | |

| | |
|--|--|
| LIVE MUSIC: HOME BAND (STAGE LT.2) 17.00 - 17.30 & 19.30 - 20.30 | |
| FRATERNITE (GF TO STAGE LT.2) 15.00 - 15.30 | |



© 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





© 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

Lampiran 5 : Dokumentasi *Event* Mal Botani Square



Gramedia Launch Book
With Tsana



Botani Chef Cilik 2023



Ikrar Sumpah Pemuda



Harmony of Angklung



Festival Merah Putih



Tribute To Coldplay



© 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



Community Corner With
BORA



Penampilan Seni Anak Spesial
(Hari Anak Sedunia)



Line Dance Competition
With ILDI



Zona Nostalgia:
2000 Love Song



Kids Solo Ballet
Competition



Making Bed Competition



© 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



Christmas Carol
Performance



Festival Anak Istimewa
(Hari Disabilitas Internasional)



End Year Concert
Purwacaraka



Christmas Show 2023:
Santa & Friends Parade



X'Mas Midnight Sale



Punakawan Ethnic: Angklung Interaktif



Magic Circus Show



Year End Performance By Fraternite



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 : Unggahan Konten Promosi Event (Reels)

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

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

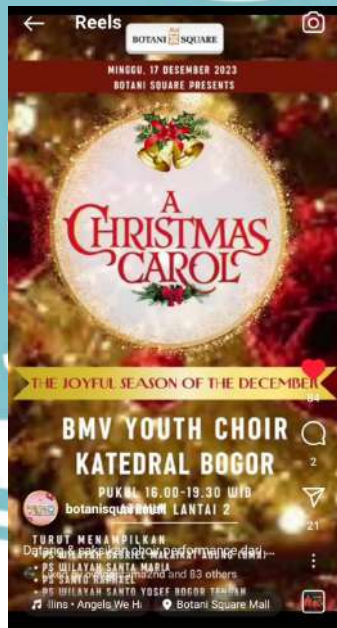




© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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





© 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





© 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 : Data Peserta Semifinalis Botani Chef Cilik 2023

| Data Peserta Semifinalis Botani Chef Cilik 2023 | | | | | |
|---|------|--------------------------|--------------|---------------------------------|------------------------|
| Nama | Usia | Orang Tua | No. Telp | Asal Sekolah | Domisili |
| Serena | 9 | Zakiyah | 08118880020 | SDN 01 Kedung Waringin | Bojonggede |
| Fahmi Jabar Putra Kustowo | 12 | Syifa Annisa | 081298460191 | SMPN 5 Bogor | Bogor |
| Valza Avrily Azalia | 9 | Rosiani Setiawaty | 087874080007 | SDN Tugu Utara 2 Cisarua | Cisarua Bogor |
| Rona Mawar Azzahra / Ara | 10 | Rosita | 081212278330 | SDN Margajaya 1 | Dramaga Bogor |
| Muhammad Kenzie Malfaputra | 11 | Farida Syamsinar Agustin | 081808827455 | SD Al Azhar 27 Cibinong | Kota Bogor |
| Kemala Inten Kencananingrat | 12 | Temmy Indriasari | 085779016764 | SDN Polisi 1 | Kota Bogor |
| Shallom Azarenkha Hendrawan | 10 | Kristina Wahyuningsih | 081212563170 | SDK Tunas Bangsa Lippo Cikarang | Lippo Cikarang, Bekasi |
| Putri Asyikin | 13 | Asyikin | 081213401934 | SMPN 11 Bogor | Bogor |

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 8 : Data Pemenang Undian *Event X'Mas Midnight Sale*

| PEMENANG HADIAH X'MAS MIDNIGHT SALE | | | | |
|-------------------------------------|------------------------|------------------------------|----------------------|--------------------|
| No | Nama | No. Telepon | Hadiah | Domisili |
| 16 Desember 2023 | | | | |
| 1 | Suryadi | 081381215124 | Power Bank Oppo | Depok |
| 2 | Hendra | 0817100134 | Voucher Belanja | Bogor |
| 3 | Willy Lesmana | 085798993366 | Voucher Belanja | Bogor |
| 4 | Ratih Suryati | 081212296772 | The Body Shop | Depok |
| 5 | Ficha Theresia Dewi | 081242424091 | The Body Shop | Depok |
| 6 | Gagan Gunawan | 087787628814 | Absolute Make Up | Bogor |
| 7 | Dewi Handayani | 085161876069 | Absolute Make Up | Lampung |
| 8 | Ferry Adrian | 08120844627 | Absolute Make Up | Bogor |
| 9 | Indah Permata Sari | 08126710627 | Koper | Depok |
| 10 | Javet Manalu | 087883802211 | Sepeda Listrik | Labuhan Batu Utara |
| 11 | Johanes Rustam | 081394742199 087783812363 | Handphone Oppo | Bogor |
| 23 Desember 2023 | | | | |
| 1 | Winda Chairani Mastuti | 085222014656 | Koper (Biru) | Lampung |
| 2 | Alnezt | 085722227776 | Koper (Kuning) | Bogor |
| 3 | Sutriadi | 081385256425 | Liontin Diamond & Co | Bogor |
| 4 | Ofti Wijaya Huda N. | 081322001713 | Paket Make Up | Jakarta |
| 5 | Elvrida BR Citorus | 081281626923 | Paket Make Up | Bogor |
| 6 | Enco Mulyarasa | 081364227304 | Paket Make Up | Sukabumi |
| 7 | Yola Fitri Utami | 08111117456 | Paket Make Up | Bogor |
| 8 | Immanuel Herumahaputra | 087711211595 | Voucher Belanja | Bogor |
| 9 | Frederich Hendrawan | 08111026263 | Voucher Belanja | Bogor |
| 10 | Meliyana | 087870177143 | Voucher Belanja | Bogor |
| 11 | Clara Gunawan | 08111497457 | Voucher Belanja | Bogor |
| 12 | Erwin | 085691738437 | Paket The Body Shop | Bogor |
| 13 | Ranni Agnessya | 081111331177 | Paket The Body Shop | Bogor |
| 14 | Esti Wahyu M. | 08569089238 | Power Bank Oppo | Bogor |
| 15 | Caroline | 089502792775 | Motor Listrik | 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