



© 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

**STRATEGI BRANDING PROGRAM “ARISAN” TRANS7  
DAN PENERAPANNYA DALAM BRANDING EVENT: STUDI  
KASUS EVENT FO-SHO**



**LAPORAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN**

**SALSABILA DHIYA PUTRI**

**NIM: 2005413063**

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN USAHA JASA KONVENSI,  
PERJALANAN INSENTIF DAN PAMERAN (MICE)**

**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2024**



**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

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

**LEMBAR PENGESAHAN**

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini yang diajukan oleh:

Nama : Salsabila Dhiya Putri  
NIM : 2005413063  
Program Studi : Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE)  
Judul Laporan PKL : Strategi Branding Program “Arisan” Trans7 dan Penerapannya dalam Branding Event: Studi Kasus Event Fo-Sho

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

hari : Selasa  
tanggal: 13 Februari 2024  
waktu : 9.00 - 10.45 WIB

Menyetujui,  
Ketua Program Studi MICE

Penguji

Fauzi Mubarak, S.ST., MT  
NIP. 198804182019031008

Fauzi Mubarak, S.ST., MT  
NIP. 198804182019031008

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Administrasi Niaga

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



**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**

Yang bertanda tangan di bawah ini Pembimbing Penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dari mahasiswa Program Studi Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran (MICE) semester VII berikut ini :

Nama : Salsabila Dhiya Putri  
NIM : 2005413063  
Program Studi : Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE)  
Judul Laporan PKL : Strategi Branding Program “Arisan” Trans7 dan Penerapannya dalam Branding Event: Studi Kasus Event Fo-Sho

Menyatakan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah menyelesaikan bimbingan penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan dan telah memperoleh persetujuan dari Pembimbing.

Depok, 15 Februari 2024

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

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



**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

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan program studi MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)

dan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Praktek Kerja Lapangan dengan judul “Strategi Branding Program Arisan Trans7 dan Penerapannya dalam Branding Event: Studi Kasus Event Fo-Sho” guna memenuhi syarat untuk memperoleh nilai semester 7 (tujuh)

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada. Sehingga dalam menyelesaikan laporan praktek kerja lapangan ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr.sc., Zainal Nur Arifin. Dipl-Ing.HTL., M.T selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan kelancaran Layanan dan urusan Akademik.
2. Ibu Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan kelancaran Layanan dan urusan Akademik.
3. Bapak Fauzi Mubarak, S.S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi MICE Politeknik Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing yang telah memberikan kelancaran Layanan dalam urusan Akademik serta memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan laporan praktek kerja lapangan ini.
4. Ibu Dr. Christina L. Rudatin., S.E., M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dalam penulisan laporan praktek kerja lapangan ini.
5. Bapak Andi Chairil selaku Direktur Produksi Trans7 yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan praktek kerja lapangan di Trans7.
6. Staff content creator program Arisan yang selalu memberikan semangat serta arahan dalam kegiatan Job Training berlangsung.



## © 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

7. Seluruh karyawan Trans7 yang selalu memberikan arahan dan ilmu pada saat training berlangsung.
8. Orang tua saya tercinta, kakak, dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan secara moril dan materil.
9. Seluruh Dosen Jurusan MICE Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
10. Seluruh Mahasiswa Jurusan MICE Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan semangat kepada peneliti.

Penulis menyadari bahwa laporan praktek kerja lapangan ini masih banyak kekurangan. Semoga laporan praktek kerja lapangan ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Depok, 31 Januari 2024

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Salsabila Dhiya Putri



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

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penulisan Laporan.....	3
1.4 Manfaat Penulisan Laporan.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6 Metode Analisis Data.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Program Televisi.....	7
2.2 Event.....	7
2.3 Pameran.....	8
2.4 Branding.....	9
2.5 Strategi.....	9
2.6 Strategi Branding.....	10
2.7 Implementasi Branding pada Program Televisi dan Event.....	12
2.7.1 Branding pada Program Televisi.....	12
2.7.2 Branding pada Event.....	12
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PROFIL EVENT.....</b>	<b>14</b>
3.1 Gambaran Umum Perusahaan Trans7.....	14
3.1.1 Profil Perusahaan Trans7.....	14
3.1.2 Sejarah Singkat Trans7.....	14
3.1.3 Struktur Organisasi Trans7.....	15
3.1.4 Program Acara Trans7.....	15
3.1.5 Divisi Produksi Trans7.....	16
3.1.6 Ruang Lingkup Pekerjaan Divisi Produksi bagian Content Creator.....	16
3.2 Profil Program Arisan.....	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

<b>BAB IV</b>	
<b>PEMBAHASAN.....</b>	<b>199</b>
4.1 Strategi Branding Program Arisan.....	19
4.1.1 Brand Identity Program Arisan.....	19
4.1.2 Brand Positioning Program Arisan.....	20
4.1.3 Brand Personality Program Arisan.....	24
4.2 Strategi Branding Event Fo-Sho.....	25
4.2.1 Brand Identity Event Fo-Sho.....	25
4.2.2 Brand Positioning Event Fo-Sho.....	26
4.2.3 Brand Personality Event Fo-Sho.....	28
4.3 Implementasi Strategi Branding Program Arisan kepada Event Fo-Sho..	30
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>34</b>
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Saran.....	35
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>37</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>40</b>

**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 TABEL**

Tabel 4.1 Komparasi Strategi Branding Arisan dan Fo-Sho.....30  
Tabel 4.2 Implementasi Strategi Branding Program Arisan pada Event Fo-Sho...32







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 Trans7.....	15
Gambar 4.1 Dokumentasi Host, Peserta, dan Kapten Arisan.....	20
Gambar 4.2 Poster Arisan 4 Desember 2023.....	21
Gambar 4.3 Program Kuis Siapa Berani.....	22
Gambar 4.4 Program Kuis Dreambox Indonesia.....	22
Gambar 4.5 Program Kuis Arisan dengan Peserta Ibu-Ibu.....	23
Gambar 4.6 Kocokan Hadiah Arisan dalam Poster Iklan.....	23
Gambar 4.7 Display Hadiah yang Bisa Dibawa Pulang Peserta.....	24
Gambar 4.8 Dokumentasi Peserta Bersama Hadiah yang Didapat.....	24
Gambar 4.9 Contoh Caption Instagram Arisan.....	26
Gambar 4.10 Logo Event Fo-Sho.....	27
Gambar 4.11 Poster Event Jakarta Muslim Fashion Week.....	28
Gambar 4.12 Poster Event Jak Cloth.....	28
Gambar 4.13 Poster Event Fo-Sho.....	29
Gambar 4. 14 Foto Agnez Mo dengan Style Y2K dan Urban Street Style.....	33
Gambar 4.15 Foto Isyana Sarasvati dengan Style Y2K dan Urban Street Style....	34
Gambar 4.16 Foto Kimmy Jayanti dengan Style Y2K dan Urban Street Style....	34
Gambar 4.16 Referensi Desain Poster Bergaya Futuristik dan Eksentrik.....	35

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 LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara.....	43
Lampiran 2 Deck Program Arisan.....	46
Lampiran 3 Dokumentasi Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan.....	48





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 I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Program televisi adalah segala hal yang ditampilkan melalui media televisi untuk memenuhi kebutuhan audience-nya (Morissan dalam Putra dkk., 2022). Menurut data dari KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) tahun 2019, kategori program yang ada di Indonesia terdiri dari program wisata dan budaya, program religi, program berita, program anak, program talkshow, program infotainment, program variety show, dan program sinetron. Program siaran televisi ini pada umumnya diproduksi oleh stasiun televisi yang bersangkutan (Iskandar dalam Arsita dkk., 2014). Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika tahun 2023, jumlah stasiun televisi yang ada di Indonesia di tahun 2023 berjumlah 678. Beragam jenis dari program dan banyaknya stasiun televisi yang ada di Indonesia menjadikan ketatnya persaingan pada industri pertelevisian.

Mohammadi dkk. (2022) menyatakan bahwa stasiun televisi perlu untuk melakukan *branding* program untuk berhasil melawan para pesaingnya. *Branding* adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran dalam memperkenalkan produk agar mampu berkembang di kalangan masyarakat dengan lebih menekankan pada *brand* atau merek (Rosilawati dalam Shabrina, 2023). *Branding* yang akurat akan menciptakan keunggulan kompetitif bagi program televisi tersebut (Mohammadi dkk., 2022).

Salah satu program televisi yang telah melakukan strategi *branding* ini yaitu program Arisan. Hal tersebut diungkap dalam wawancara penulis kepada produser Arisan. Arisan merupakan kuis berbasis komedi yang tayang di Trans7 dari tanggal 16 Januari 2023. Arisan mendapat predikat game show nomor 1 di Indonesia dengan average share 11.8% (sumber dari Nielsen Data 11 Kota, Channel Share, Periode 1-18 Jan 2024, TA Upmid 1 dalam Official Instagram Trans7, 2024).

*Event* merupakan suatu peristiwa yang diselenggarakan untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada audiens sasaran (Sulaksana dalam Gayu, 2023). Noor (dalam Gayu, 2023) menyampaikan bahwa sebuah *event* yang menarik harus memiliki karakteristik dalam penyelenggaraanya, yaitu mempunyai ciri tersendiri dan cenderung memiliki perbedaan antara satu dengan lainnya. Karakteristik *event* ini dapat ditampilkan dalam *branding event*. Pada literatur Event Academy yang dibuat oleh London Courses disampaikan bahwa *branding* merupakan elemen penting dalam event untuk membuat *event* ini langsung dikenali audiens

Dapat dilihat bahwa program pada stasiun televisi dan *event* memiliki kesamaan yaitu membutuhkan strategi *branding* yang tepat agar dapat dikenal oleh publik. Dengan demikian, ada kemungkinan strategi *branding* yang telah dilakukan oleh Program Arisan dapat diterapkan dalam branding *event*.

Dari latar belakang di atas penulis akan menggunakan studi kasus event Fo-Sho yang telah diselenggarakan pada semester 6 untuk membahas lebih jauh mengenai “Strategi Branding Program Arisan dan Penerapannya terhadap Branding Event: Studi Kasus Event Fo-Sho”.

## 1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana strategi *branding* program Arisan yang telah dilakukan oleh Trans7?
2. Bagaimana strategi *branding event* Fo-Sho yang telah dilakukan oleh *organizer*?
3. Bagaimana penerapan strategi *branding* Arisan ke dalam *event* Fo-Sho?

## 1.3 Tujuan Penulisan Laporan

1. Mengetahui strategi *branding* program Arisan yang telah dilakukan oleh Trans7.

### 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. Mengetahui strategi *branding event* Fo-Sho yang telah dilakukan oleh *organizer*.
3. Mengetahui penerapan strategi *branding* Arisan ke dalam *event* Fo-Sho.

#### 1.4 Manfaat Penulisan Laporan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis  
Untuk menambah pengetahuan mengenai strategi *branding* program Arisan Trans7 dan penerapannya dalam *branding event* Fo-Sho.
2. Bagi Trans7  
Diharapkan melalui laporan ini bisa menjadi evaluasi dan masukan dalam mengetahui kinerja perusahaan dan menguraikan beberapa masalah yang belum terpecahkan.
3. Bagi Politeknik Negeri Jakarta  
Diharapkan melalui laporan ini memberikan pengetahuan tambahan di luar dari mata pelajaran MICE mengenai *branding event* sehingga dapat menghasilkan sumber daya manusia yang lebih kompeten dan siap kerja di Industri yang lebih luas.

#### 1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian “Strategi Branding Program Arisan dan Penerapannya terhadap Branding Event: Studi Kasus Event Fo-Sho” ini adalah dengan menggunakan metode observasi, metode wawancara, dan dokumentasi.

1. Metode Observasi

Menurut Fatoni (dalam Putra dkk., 2022), Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan



disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.

Dalam pengumpulan data ini penulis melakukan pengamatan dengan berpartisipasi aktif menjadi bagian dari *Content Creator* program Arisan Trans7 dan sebagai *organizer* untuk event Fo-Sho lalu mencatat informasi yang disaksikan selama penelitian.

## 2. Metode Wawancara

Menurut Fatoni (dalam Putra dkk., 2022), wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.

Dalam mengumpulkan data penulis melakukan wawancara dengan Produser Program Arisan Trans7 dan *Project Officer event* Fo-Sho Expo guna melengkapi data dan informasi dalam penulisan laporan praktek kerja lapangan.

## 3. Metode Dokumentasi

Menurut Sugiyono (dalam Tabina, 2024), dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengambil foto data dan mengumpulkan dokumen dalam penyelenggaraan program Arisan dan event Fo-Sho.

### 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



## 1.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan menggunakan metode kualitatif. Menurut Bogdan (dalam Sugiyono, 2015: 401), analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Laporan praktek kerja lapangan ini disusun menggunakan sistematika penulisan 5 bab yaitu pendahuluan, landasan teori, gambaran umum perusahaan dan profil event, pembahasan, dan penutup. Berikut 5 bab yang akan diterangkan oleh penulis sebagai berikut:

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang pendahuluan yang membahas mengenai latar belakang pembuatan laporan, perumusan masalah, tujuan penulisan laporan, manfaat penulisan laporan, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

### 2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori. Penulis memaparkan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini yaitu pengertian program, *event*, *branding*, strategi, strategi *branding*, serta implementasi *branding* pada program televisi dan *event*.

### 3. BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PROFIL EVENT

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum mengenai perusahaan yaitu Trans7 terkait profil perusahaan, sejarah singkat, struktur organisasi, program acara, divisi produksi, dan ruang lingkup pekerjaan

#### 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

divisi produksi bagian content creator. Adapun dalam profil event membahas mengenai program acara Arisan.

#### 4. BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan yang akan menjelaskan mengenai strategi *branding* program Arisan Trans7, strategi *branding event* Fo-Sho dan penerapannya dalam *branding event* Fo-Sho.

#### 5. BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang penutup yang memberikan kesimpulan dari pembahasan bab-bab sebelumnya dan juga berisi saran-saran yang diperlukan bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan di masa yang akan datang.

#### 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 pembahasan pada bab IV dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi *branding* yang telah dilakukan untuk program Arisan dibahas menggunakan teori Bedler dibagi menjadi 3 aspek yaitu *brand identity*, *brand positioning*, dan *brand personality*.
  - a. *Brand identity* program Arisan sudah terlihat dari penamaan program Arisan yaitu program televisi yang dikemas dalam bentuk *games show* berjenis kuis komedi dengan mengadopsi konsep kegiatan arisan.
  - b. *Brand positioning* program Arisan bisa terlihat dari pemilihan *tagline* program, pemilihan host dan kapten (pengisi acara), dan pemilihan media promosi yang membedakan Arisan dengan program televisi lainnya yaitu dalam hal peserta arisan yang mayoritas ibu-ibu dan adanya kocokan hadiah serta memiliki target peserta yang merupakan generasi *baby boomer* - generasi milenial (lahir tahun 1946-1996).
  - c. *Brand personality* dari program Arisan yaitu program yang lucu karena terdapat unsur komedi di dalamnya yang selalu ditampilkan pada setiap iklan untuk episode setiap harinya.
2. Strategi *branding event* Fo-Sho dibahas dengan teori Bedler dijelaskan menggunakan 3 aspek seperti pada program Arisan yaitu
  - a. *Brand identity event* Fo-Sho yaitu sebagai *event* berbentuk pameran fashion dan lifestyle kurang terlihat dari penamaan *event* ini.
  - b. *Brand positioning event* Fo-Sho yaitu tema yang diambil terfokus pada *urban street style* dan *Y2K fashion* yang sedang menjadi trend di tahun 2023 tetapi kurang terlihat dari *tagline*, pemilihan pengisi



#### 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

acara selebriti atau *influencer*, dan kurang ditampilkan pada media promosi.

c. *Brand personality* yaitu tren di kurang terlihat dan kurang menggambarkan tema *event* ini.

3. Penerapan strategi *branding* program Arisan terhadap *event* Fo-Sho dapat dilakukan dengan memperkuat *brand identity*, *brand positioning*, dan *brand personality* dari *event* Fo-Sho yang bisa diimplementasikan dalam:
  - a. Penamaan *event* bisa diubah menjadi “Tabloid Fashion 2000an”.
  - b. Tagline *event* bisa diganti menjadi “Mari Bergaya”
  - c. Pengisi acara yang merupakan selebriti, *influencer*, atau model yang terkenal dengan gaya *fashion urban street style* dan *Y2K fashion* seperti Agnez Mo, Isyana Sarasvati, atau Kimmy Jayanti.
  - d. Media promosi yang sesuai dengan target pasar.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dibahas mengenai *branding* program, *branding event*, dan penerapannya. Penulis bermaksud memberikan saran sebagai berikut:

Penerapan strategi *branding* untuk *event* Fo-Sho bisa dilakukan dengan cara berikut:

1. Penggantian nama *event* menjadi “Tabloid Fashion 2000an”.
2. Penggantian tagline menjadi “Mari Berkarya”.
3. Pemilihan pengisi acara yang merupakan selebriti atau *influencer* yang mempunyai *style fashion* khas sesuai tema *event* ini yaitu *urban street style* dan *Y2K fashion* serta memiliki pengaruh yang besar dalam hal *fashion*.
4. Pemilihan media promosi sesuai target pasar pada Instagram, Tiktok, dan Youtube dalam bentuk poster digital dan konten menarik lainnya yang bisa menampilkan *brand identity*, *brand positioning*, dan *brand personality* dari *event* ini



### 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

### Buku

- Abdullah, I. A. (2017). *Manajemen Konferensi dan Event*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### Jurnal

- Arsita, M., Hasyim, A., & Adha, M. M. 2014. *Pengaruh tayangan film kartun terhadap pola tingkah laku anak usia sekolah dasar* (Doctoral dissertation, Lampung University).
- Farid, R. (2017). Kajian Strategi Branding Clothing UNKL347. *Wimba, Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia*, 8(1), 59-81.
- Fatimah, H. S., Mohdtauddin, R., & Shakir, Z. A. (2015). *Creating Resilient Sme Through Brand Identity (Case Study Of Bumiputera Fashion Entrepreneurs In Malaysia)*. *International Academic Research Journal Of Social Science*, 1(2), 264–282
- Gayu, A. (2023). Strategi Pemasaran pada Perusahaan Jambi Event Organizer. (Doctoral dissertation, Manajemen Pemasaran).
- Mohammadi, A., Mazidi Sharifabadi, A. M., & Soltanifar, M. (2022). Designing a branding model for a tv talk show with an emphasis on ethical & social factors. *International Journal of Ethics and Society*, 4(1), 0-60.
- Ramadhani, A. A., Sitasi, C., & Alicia, A. R. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness dalam Pengelolaan Event Public Relations melalui Platform Digital: Studi Kasus pada PT. Pilihanmu Indonesia Jaya. *Pilihanmu Indonesia Jaya. Cakrawala-Jurnal Humaniora Dan Sosial*, 22(2), 51-56.

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

- Putra, I. K. S. W., Ida Ayu, D. K. A., & Putu, W. S. P. (2022). BRANDING MEDIA KOMUNIKASI VISUAL UMKM SWASTY KEBEN BALI DI KABUPATEN BULELENG.
- Putra, J. P., Syarief, F., & Susana, S. (2022). ANALISIS PROGRAM NON DRAMA TERHADAP MINAT PROMOSI DAN MINAT MASYARAKAT BERKUNJUNG DALAM PERAN SERTA STASIUN TELEVISI. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 7(4), 47-59.
- Setiawati, S. D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125-136.
- Shabrina, N. (2023). TA: STRATEGI COMPANY BRANDING DI BIRO PERJALANAN WISATA WIDYALOKA WISATA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Lampung).
- Situmeang, I. V. O. (2016). Pengaruh Program Acara Mata Najwa Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survey Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta). *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(1).
- Sumarno. (2019). Perancangan Program Aplikasi Inventory Menggunakan Java Netbeans Dan MySQL Pada Kios Adiba & Kaya.
- Syaiful, S. (2019). Analisis Event Terhadap Peningkatan Occupancy pada Hotel Bintang 3 (\*\*\*) di Kota Pekanbaru: Study Kasus pada Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(2), 149-169.
- Tabina, G. (2024). Analisis Sistem Pengelolaan Arsip Inaktif di PT Prima Mitra Elektrindo. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(1), 48-62.
- Tafarannisa, M. A., Nursilah, N., & Haerudin, D. (2021). Manajemen Event Choreonite Vol. 9: Time To Bloom Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Seni Tari*, 10(2), 168-175.
- Tengor, L. A., Budiharti, N., & Suardika, I. B. (2021). Strategi pengembangan usaha pada industri konveksi sablon kaos di home industry 35 Screen Printing Turen. *Jurnal Valtech*, 4(2), 72-81.



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

Thang, C. (2022). Peran dan Pentingnya Brand Identity untuk Small-medium Business dan Startups. *IMATYPE: Journal of Graphic Design Studies*, 1(2), 58-64.

Ombeng, L. I. C., Purwati, E., & Anggoro, A. D. (2022). Strategi Destination Branding Desa Wisata Taman Sekar Wilis Desa Sareng Kecamatan Geger Kabupaten Madiun. *CONTENT: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).

### Website

Cambridge Dictionary. "Definition of Event". Diakses pada 19 Januari 2024, dari <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/event>.

Chhatrapati Shahu Ji Maharaj University. (2021). What is event branding and event brand management?. Diakses pada 25 Januari 2024, dari <https://gyansanchay.csjmu.ac.in/wp-content/uploads/2022/06/What-is-event-branding-and-event-brand-management-EM-3-unit.pdf>

IGNOU University. (2021). Branding and Positioning of Events. Diakses pada 25 Januari 2024, dari <https://egyankosh.ac.in/bitstream/123456789/70030/1/Unit-7.pdf>.

London Course. Your Guide To Event Branding. Diakses pada 25 Januari 2024, dari <https://eventacademy.com/guide/event-branding/>.

Sala, B. (2022). Diakses pada 25 Januari 2024, dari <https://eyeondesign.aiga.org/whats-the-role-of-branding-in-the-tv-streaming-age/>.



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

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Hasil Wawancara

#### Hasil Wawancara dengan Produser Arisan

1. Pewawancara: Apa alasan Arisan bisa tayang sampai sekarang dan sukses meraih rating yang cukup tinggi?

Narasumber: Banyak faktor yang bikin Arisan bisa dikatakan sukses tapi kalo ditanya salah satu alesannya itu karna branding Arisan yang mudah dikenali banyak orang.

2. Pewawancara: Untuk branding Arisan ini apa aja Identitas Arisan yang ingin disampaikan ke publik?

Narasumber: Singkat aja kayak yang udah dirasain salsa selama magang disini kita mau nyampein ke publik kalau Arisan itu program tv dengan bentuk games show kuis yang berbasis komedi. Di dalam program Arisan ini ada Host yang memandu acara itu kita pilih Surya Insomnia lalu ada kaptan-kaptan dari kalangan selebriti atau komedian yang bakal nemenin peserta selama permainan. Jumlah pesertanya ada 3 tim dan masing-masing tim biasanya terdiri dari 5 orang.

3. Pewawancara: Ada beberapa program kuis serupa Arisan gini ya, karakteristik apa yang membedakan Arisan dengan program serupa lainnya?

Narasumber: Seperti nama program kita yaitu "Arisan" ini kita mengadopsi konsep kegiatan arisan yang biasa dilakuin sama emak-emak jadi ya pesertanya mayoritas emak-emak terus ada kocokan hadiah karna arisan kan identik dengan kocokan ya. Terus karna ada kocokan ini jadi kita bikin aja taglinenya yang lucu jadi "Kocok Terus!" ini maksudnya dalam konotasi positif ya.

4. Pewawancara: Apa aspek emosional atau personality yang mau dijadiin kesan penonton dari Program Arisan ini?

Narasumber: Yang pastinya harus lucu karena kan kita kuis komedi ya jadi aspek lucunya ini yang mau kita tampili. Caranya ya dengan pemilihan host dan kaptan yang lucu-lucu. Mayoritas mereka ini pernah terjun

langsung di perkomedian jadi pasti paham gimana cara bikin program ini lucu. Kita juga selalu bikin iklan setiap episode itu mau tayang dengan nampilin siapa aja kaptennya dan momen paling lucu di eps itu biar orang-orang pada tertarik nonton.

#### Hasil Wawancara dengan Project Officer Event Fo-Sho

1. Pewawancara: Ini kita mau bahas strategi branding buat Fo-Sho ya, jadi identitas Fo-Sho apa yang ingin disampaikan ke publik?

Narasumber: Fo-Sho itu kan pameran fashion dan lifestyle ya jadi nanti ada exhibitor yang menampilkan produk-produk terkait fashion dan lifestyle di event kita ini.

2. Pewawancara: Kalo kita bahas pameran fashion & lifestyle ini kan ada event yang terkenal kayak Indonesia Fashion Week sama Jak Cloth. Nah karakteristik apa yang bedain Fo-Sho sama event-event serupa ini?

Narasumber: Fo-Sho ini ngambil tema urban street style sama Y2K fashion yang lagi trend tahun lalu makanya dinamain Fo-Sho yang didapat dari slang "for sure" yang artinya pasti dan ada kepanjangannya juga itu Fashion - Lifestyle Hype Only. Selain pameran kita juga bikin supporting program kayak mix & match shopping spree, workshop, dll. Fo-Sho juga punya tagline "Simple Style to Match Your Style" yang punya artian kalau style dan fashion ini gak perlu mahal yang penting percaya diri.

3. Pewawancara: Aspek emosional atau personality apa yang mau diberikan setiap orang denger atau liat event Fo-Sho!

Narasumber: Karna kita ngambil tema urban street style dan Y2K fashion yang lagi trend banget di tahun 2023 jadi kita mau ngasih kesan kalau event ini dan orang-orang yang datang ke event ini trendi atau ngikutin perkembangan fashion banget.



#### 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

## Lampiran 2 Deck Program Arisan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

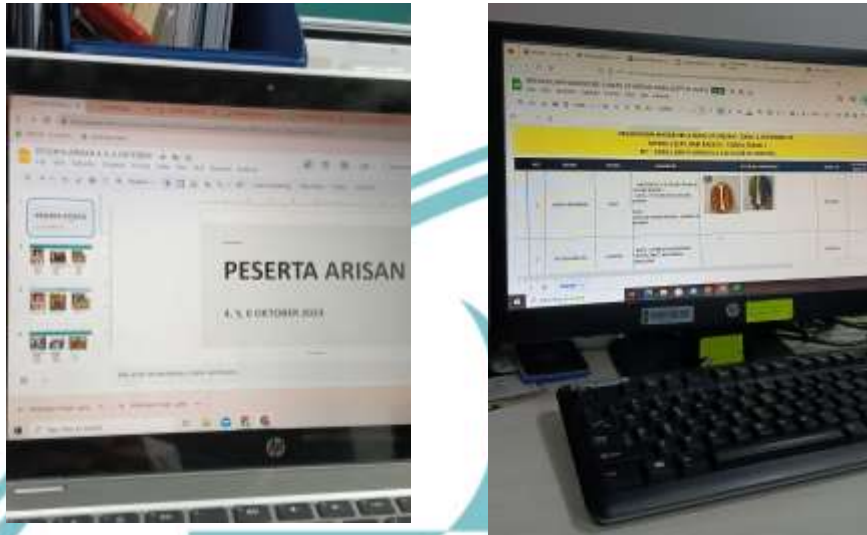
Hak Cipta :

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





## Lampiran 3 Dokumentasi Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan



Membuat PPT Peserta dan Breakdown Wardrobe Talent



Scrip untuk Briefing Peserta &amp; Membantu Menjadi Juri Selama Permainan

© 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





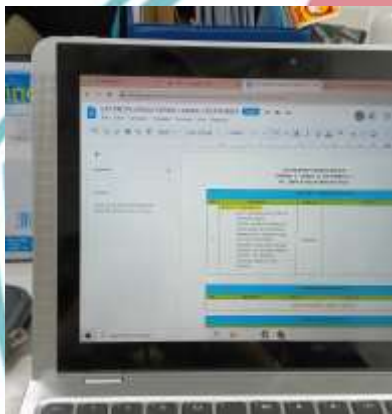
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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



Dokumentasi Peserta Arisan

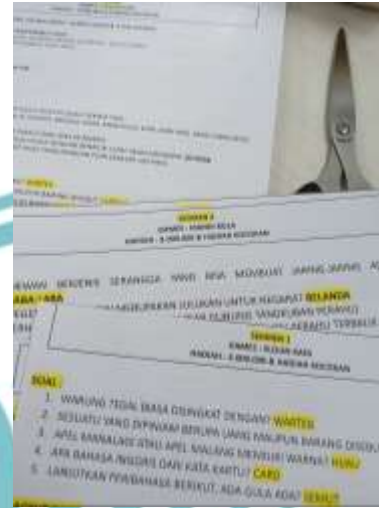
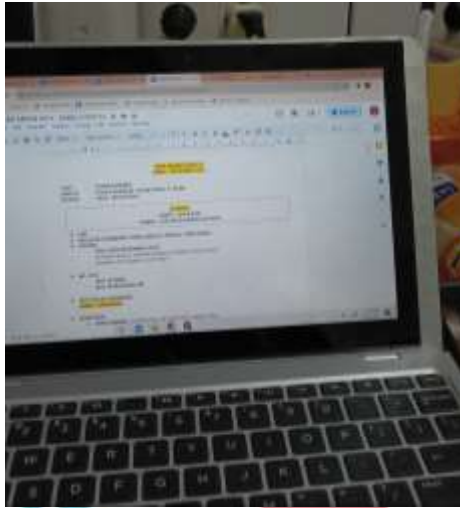


Membuat Breakdown Properti dan Memastikan Hadiah yang Telah Dibeli sudah berada di Display Hadiah

**Kak Nita T7**  
**MANPOWER 29-30 NOVEMBER**  
**Rabu, 29 November**  
 Lead 1 & 2: Phira  
 Property: Adel & Icad  
 Peserta & Kapten: Adel & Icad  
 Juri & Built in & Prep Road To Hut : Nita & Dira  
 PA Teknis: Doni & Kezia  
 PA Editing: Novsky  
**Kamis, 30 November**  
 Lead 1 & 2: Albert  
 Lead 3 : Salsa  
 Property: Adel & Icad  
 Peserta & Kapten: Adel & Icad  
 Juri & Built in & Prep Road To Hut : Nita & Dira  
 PA Teknis: Doni & Kezia  
 PA Editing: Novsky

**GAMES ARISAN 29-30 NOVEMBER**  
**Rabu, 29 November**  
**TAP 1**  
 - Tembak - Tembakan  
 - Erang Boleh?  
 - (Tantatit, Games Pake Peraga)  
**TAP 2**  
 - Apa Hayo?  
 - Tebak Makanan Bahasa Inggris  
 - (Tantatit, Games Pake Peraga)  
**Kamis, 30 November**  
**TAP 1**  
 - Cari Pertanyaan  
 - Sambung Link (Gak Pake Waktu)  
 - (Tantatit, Games Pake Peraga)  
**TAP 2 (Episode Sabtu)**  
 - Gook Tenus  
 - Uke Tanya  
 - (Tantatit, Games Pake Peraga)  
**TAP 3**  
 - Kanan Kiri Oke  
 - Acak Acok Hota Hai  
 - Mandi Bola

Pembagian Job Desc menjadi Lead dan Games yang akan Dimainkan



Membuat Skrip (Soal Permainan) dan Menyiapkan Cue Card untuk Host



Dokumentasi Bersama Host (Surya Insomnia) & Salah Satu Kapten Arisan  
(El Rumi)

## © 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





Dokumentasi Hari Terakhir Syuting Bersama Executive Produser, Produser, dan Seluruh Tim Arisan

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

