



© 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

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**  
**STRATEGI PEMASARAN *POLITICAL COMEDY SHOW***  
**PADA ACARA PETRUS LIVE 2**  
**PT KELAKAR MAKMUR BAHAGIA**



**Diajukan untuk memenuhi kelulusan**  
**Mata Kuliah Praktek Kerja Lapangan (PKL)**

Oleh:  
**NURIL HAMDI**  
**NIM: 2005413008**

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

**DEPOK**

**2024**



**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 semester VII berikut ini:


Nama : NURIL HAMDI  
NIM : 2005413008  
Program Studi : Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran (MICE)

Judul Laporan PKL : Strategi Pemasaran political comedy show pada pada acara Petrus Live 2 oleh PT Kelakar Makmur Bahagia

Depok, 29 Februari 2024

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

  
M. Iqbal Katik Rajo Endah, S.ST, M.P. Par.  
NIP. 198701232020121004

- 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 PENGESAHAN**

Laporan Praktik kerja Lapangan ini yang di ajukan oleh:

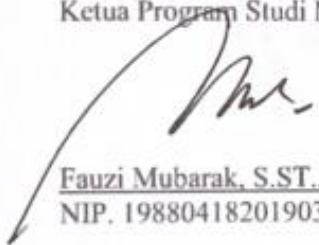
Nama : Nuril Hamdi  
NIM : 2005413008  
Program Studi : Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran  
(MICE)

Judul Laporan PKL : Strategi Pemasaran political comedy show pada pada acara  
Petrus Live 2 oleh PT Kelakar Makmur Bahagia

Telah berhasil dipresentasikan di hadapan penguji sebagai bagian dari persyaratan  
kelulusan semester 7 (tujuh) pada program studi Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan  
Insentif dan Pameran (MICE), jurusan Administrasi Niagara, Politeknik Negeri  
Jakarta, Pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 15 Februari 2024  
Waktu : 15:00  
Menyetujui

Menyetujui,  
Ketua Program Studi MICE

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

Penguji

  
M. Iqbal Katik Rajo Endah, S.ST, M.P. Par.  
NIP. 198701232020121004

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



**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

Dengan menyebut nama Tuhan Yang Maha Esa yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik kerja lapangan yang dilaksanakan selama 6 (Enam) bulan dimulai pada bulan Juli hingga Desember 2023 di PT Kelakar Makmur Bahagia. Adapun judul laporan praktik kerja lapangan “Strategi pemasaran political comedy show pada acara Petrus Live 2 oleh PT Kelakar Makmur Bahagia”.

Pada penyusunan laporan praktik kerja lapangan ini, tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis ingin menyampaikan rasa hormat serta ungkapan terimakasih kepada seluruh pihak yang ikut serta dalam penyusunan laporan praktik kerja lapangan ini.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Depok, 10 Desember 2023

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 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.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Tujuan penulisan laporan.....	3
1.4. Manfaat Penulisan Laporan.....	3
1.5. Metode Pengumpulan Data .....	3
1.6. Metode Analisa Data .....	5
1.7. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1. Pertunjukan .....	7
2.2. Special Event.....	7
2.3. Pemasaran.....	7
2.3.1. Pemasaran acara .....	8
2.3.2. Strategi Pemasaran .....	8
2.3.3. Tempat .....	8
2.3.4. Promosi.....	9
2.3.5. Orang.....	9
2.3.6. Bukti Fisik.....	9
2.3.7. Proses.....	9
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PROFIL ACARA....</b>	<b>10</b>
Gambaran Umum Perusahaan .....	10
3.1. Visi dan Misi Perusahaan .....	10



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

3.2.1.	Visi Perusahaan.....	10
3.2.2.	Misi Perusahaan.....	10
3.2.3.	Profile Perusahaan.....	11
3.2.	Profile Acara.....	12
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>13</b>
4.1	Bauran dalam pemasaran <i>Event</i> Petrus Live 2.....	13
4.1.1.	Produk.....	13
4.1.2.	Harga.....	14
4.1.3.	Tempat.....	14
4.1.4.	Promosi.....	15
4.1.5.	Orang.....	17
4.1.6.	Bukti Fisik.....	17
4.1.7.	Proses.....	18
4.2	Strategi dari Implementasi Bauran Pemasaran dalam Petrus Live 2.....	18
4.2.1.	Produk.....	18
4.2.2.	Harga.....	20
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>23</b>
5.1.	Kesimpulan.....	23
5.2.	Saran.....	23
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>25</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>		<b>26</b>



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1 Logo perusahaan .....	11
GAMBAR III.2 Logo Event Petrus Live 2 .....	12
Gambar IV.1 Venua Graha Bhakti Budaya.....	15
Gambar IV.2 Postingan Instagram @KelakarIndonesia .....	16
Gambar IV.3 Promo Petrus Live 2.....	17
Gambar IV.4 Kantor dan Comedy Club PT. Kelakar Makmur Bahagia .....	18
Gambar IV.5 Vanue Graha Bhakti Budaya.....	20
Gambar IV.6 Harga Tiket.....	22





**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 LAMPIRAN**

Lampiran 1 Panitia Petrus Live 2 .....	26
Lampiran 2 Penonton menukarkan Tiket .....	26
Lampiran 3 Pengisi Acara Petrus Live 2 .....	27







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

Bisnis usaha jasa penyelenggaraan event menunjukkan kemajuan yang semakin pesat. Pertunjukan *comedy* sebagai salah satu bentuk *event* yang diselenggarakan, saat ini semakin beragam ditunjukkan dengan berkembangnya industri di skena *stand-up comedy* sehingga mereka membuat marketnya sendiri-sendiri dan memiliki banyak sekali penggemar yang selalu menunggu karya-karya yang akan dibuat, ditambah lagi tahun 2024 yang disebut tahun politik, membuat para seniman *comedy* perlahan mulai terjun di ranah politik dan mengemasnya secara komedi.

Keberhasilan penyelenggaraan *event* salah satunya dapat diakomodir melalui proses pemasaran, baik terkait pelaksanaan *political comedy show* ataupun *event* lainnya yang melibatkan banyak penampil dan juga penontong yang hadir. Secara umum, penonton mengharapkan adanya sesuatu yang mengejutkan atau eksklusif saat pertunjukan berlangsung sehingga banyak penonton yang tertarik datang menyaksikan langsung pertunjukan tersebut.

Berbagai strategi pemasaran diterapkan oleh setiap *organizer* selaku penyelenggara *event* dalam rangka menjangkau target pasar. Salah satu strategi yang umum dibidang pemasaran *event* adalah strategi bauran pemasaran atau disebut sebagai *marketing mix* yang memiliki peranan penting dalam



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

mempengaruhi konsumen. Kotler (2016) menjelaskan jasa sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu dan produksinya tidak terikat pada suatu produk fisik. Oleh sebab itu, strategi bauran pemasaran dilakukan agar konsumen yang ditargetkan memiliki keinginan untuk membeli produk jasa yang ditawarkan oleh penyelenggara *event*.

Laporan ini akan membahas mengenai bagaimana strategi dan tahapan yang dilakukan oleh penyelenggara Petrus *live 2* sebagai salah satu pertunjukan *political comedy show* yang menarik untuk disaksikan. Terkait hal itu, dalam rangka memenuhi tugas praktik kerja lapangan di PT. Kelakar Makmur Bahagia, penulis menyusun laporan dengan judul “**Strategi pemasaran Political Comedy show pada acara petrus live 2 oleh PT Kelakar Makmur Bahagia**”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah untuk praktik kerja lapangan yaitu:

1. Bagaimana perancangan program yang di lakukan oleh PT. Kelakar untuk mendukung Strategi Promosi Petrus Live 2
2. Bagaimana strategi pemasaran yang di lakukan oleh PT Kelakar dalam mempromosikan event Petrus Live 2



**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

### 1.3. Tujuan penulisan laporan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dari praktik kerja lapangan yang terhitung sejak Juli 2023 hingga Desember 2023 adalah sebagai berikut:

1. Memahami dan mendeskripsikan perancangan program yang di lakukan oleh PT. Kelakar untuk mendukung strategi Promosi Petrus Live 2
2. Memahami dan mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran yang di lakukan oleh PT Kelakar dalam mempromosikan Event Petrus Live 2

### 1.4. Manfaat Penulisan Laporan

1. Manfaat yang di dapatkan bagi penulis:
  - a. Memperoleh kerja nyata di Industri MICE khususnya pada bidang penyelenggaraan *special event*
  - b. Mempersiapkan diri menjadi tenaga kerja yang terampil dan ahli dalam Industri MICE
2. Manfaat bagi perusahaan:
  - a. Perusahaan menjalin hubungan yang baik dengan instansi Politeknik Negeri
  - b. Mendapat tenaga kerja yang bisa diandalkan di bidangnya.

### 1.5. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer
  - a. Wawancara

Menurut Abdussamad (2021), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga



## © 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

apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Metode ini dilakukan oleh penulis kepada pihak yang lebih kompeten dalam bidangnya untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penulisan laporan praktik kerja lapangan. Hal ini dilakukan dengan cara tanya jawab langsung dengan *Founder* PT Kelakar Makmur Bahagia untuk menggali data berupa latar belakang perusahaan, kegiatan bidang usaha, struktur organisasi, dan strategi yang digunakan oleh perusahaan.

#### b. Observasi

Menurut Sugiyono, (2016) observasi adalah metode pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan metode yang lain. Penulis menggunakan metode ini dengan mengamati dan berpartisipasi penuh melalui pekerjaan yang diberikan untuk mengetahui secara langsung terkait strategi yang dilakukan oleh PT Kelakar Makmur Bahagia dalam mengemas sebuah pertunjukan *political comedy show*.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono, (2018) 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



**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

2. Data Sekunder

a. Studi kepustakaan

Penggunaan metode studi kepustakaan untuk mengetahui teori-teori yang berkesinambungan terhadap materi yang sedang dialami sebagai penunjang dari pembahasan, diantaranya adalah teori terkait pemasaran.

**1.6. Metode Analisa Data**

Analisis data yang digunakan penulis merupakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono, (2008) bahwa penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif yang alamiah di mana peneliti berperan sebagai instrument kunci. Dalam penelitian ini metode analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan tahapan yang dilakukan dalam menyusun strategi pemasaran tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

**1.7. Sistematika Penulisan**

**BAB I Pendahuluan**

Pada BAB awal ini, berisi pendahuluan dari laporan praktik kerja lapangan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penulisan laporan, manfaat penulisan laporan, metode pengumpulan data yang digunakan, metode analisis data, dan sistematika penulisan.



**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 II Landasan Teori**

Berisi teori-teori yang berkaitan dan dapat digunakan untuk menjelaskan variabel masalah yang terdapat pada laporan praktik kerja lapangan khususnya teori pemasaran (marketing)

## **BAB III Gambaran Umum Perusahaan dan Profil Acara**

Berisi tentang gambaran umum dari perusahaan tempat penulis melakukan praktik kerja yaitu pada perusahaan

## **BAB IV Pembahasan**

Berisi tentang pemaparan dan analisis mengenai perencanaan, proses pemasaran hingga hasil dari pemasaran, dilengkapi dengan evaluasi dari pekerjaan yang telah dilaksanakan.

## **BAB V Penutup**

Pada BAB V ini berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban dari hasil analisis yang telah dipaparkan didalam BAB IV serta rumusan masalah pada BAB I, dilengkapi dengan saran dari penulis terhadap pembaca.

## **Daftar Pustaka**

Bagian yang berisikan daftar sumber informasi yang terdapat di dalam penulisan laporan praktik kerja lapangan, baik yang diperoleh dari buku, jurnal, majalah, website ataupun artikel.

## **Lampiran**

Bagian akhir yang berisi mengenai kelengkapan dokumen tambahan untuk menyempurnakan bukti kredibilitas dari laporan praktik kerja lapangan



**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 II LANDASAN TEORI

### 2.1. Pertunjukan

Seni pertunjukan Sudarsono, (2021). adalah sebuah rumpun seni yang berfungsi sebagai sarana ritual, hiburan pribadi, dan presentasi estetis yang mengajarkan bagaimana selayaknya manusia berperilaku social.

### 2.2. Special Event

Menurut Goldblatt, (2013). Special event adalah kegiatan yang dapat memengaruhi seseorang dalam empat hal penting: secara sensual, secara fisik, secara intelektual, dan secara emosional. Ia menekankan keunikan pengalaman yang diciptakan dan efek mendalam yang ditinggalkannya.

Any Noor, (2013). Mengkategorikan special event sebagai kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu maupun komunitas, serta menekankan sifatnya yang tidak rutin.

### 2.3. Pemasaran

Pemasaran adalah tentang memberi. orang-orang tidak benar-benar peduli dengan apa yang Anda jual; mereka peduli dengan cerita dan penyebab yang Anda dukung Godin, (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### 2.3.1. Pemasaran acara

Menurut Belch & Belch, (2007) event marketing merupakan jenis promosi yang di mana sebuah perusahaan dikaitkan dengan suatu acara yang memiliki tema yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman bagi konsumen dan mempromosikan produk atau jasa

### 2.3.2. Strategi Pemasaran

Menurut Kotler, (2019). Strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan. Logika ini didasarkan pada pemahaman pasar, pesaing, serta kekuatan dan kelemahan perusahaan sendiri.

Dibagian ini seharusnya ada pengertian tentang *marketing mix*, uraikan dan beri sitasi. Selanjutnya poin-poin yang terdapat dalam *marketing mix* juga diberikan penjelasan tanpa harus melakukan sitasi karena masih termasuk ke dalam bahasan *marketing mix*.

### 2.3.3. Tempat

Definisi menurut Kotler & Keller, (2008) mengenai tempat distribusi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran. Distribusi memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan guna memastikan produknya. Hal ini dikarenakan tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.





**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

**2.3.4. Promosi**

Definisi promosi menurut Kotler & Keller, (2008) adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.

**2.3.5. Orang**

People menurut Kotler & Keller, (2008) yaitu proses seleksi, pelatihan, dan pemotivasian karyawan yang nantinya dapat digunakan sebagai pembedaan perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan

**2.3.6. Bukti Fisik**

Bukti fisik menurut Kotler & Keller, (2008) yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan.

**2.3.7. Proses**

Proses yaitu semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atas operasi jasa. Menurut Boom dan Bitner yang dikutip oleh Buchari, (2000) proses merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan untuk memasarkan produk barang atau jasa kepada calon pelanggan.



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

Metode bauran pemasaran dengan metode 7P telah teridentifikasi dan telah sesuai dengan apa yang dilakukan oleh Petrus Live 2 dalam menawarkan *event-nya* kepada target penonton yang akan datang.

Metode bauran pemasaran yang digunakan memberikan dampak yang cukup besar terhadap keberhasilan acara Petrus Live 2. Total penonton yang hadir pada acara Petrus Live 2 mencapai 750 penonton dengan total *revenue* sebesar Rp126.000.000, data tersebut menunjukkan bahwa penyelenggara berhasil melampaui target yang telah ditetapkan dan juga pemelihan line-up yang tepat dalam pertunjukan tersebut menjadi daya tarik untuk penonton datang langsung pada *event* Petrus Live 2.

Dampak dari hasil akhir acara Petrus Live 2 bagi perusahaan adalah *brand image* yang baik serta mampu menyajikan *event political comedy show* dengan di hadiri *milenial* dan juga gen z, dan juga mendapat *in-saight* yang baik di *social media* dari penonton yang hadir langsung melalui testimoni datang ke acara Petrus Live 2 sehingga akun Instagram mendapatkan jumlah akun yang dijangkau sampai 450.000 dan impresi 1.200.000 setelah acara berlangsung.

### 5.2. Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan kepada PT. Kelakar Makmur Bahagia adalah dapat meningkatkan sumber daya manusia dan kedepannya bisa lebih banyak melibatkan orang yang sudah *professional* di bidang MICE. Selain itu,



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

harus selalu mengupdate perkembangan komedi kedepannya sehingga tetap relevan.



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

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 1).
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2007). *Advertising and Promotion : an Integrated Marketing Communications Perspective (7th ed.)*. McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2019). *Advancing the common good : strategies for business, goverments, and nonprofitsnon*.
- Kotler, P., & Keller. (2008). *Management Marketing*. Penerbit Erlangga.
- Sudarsono. (2021). *Autobiografi R.M. Soedarsono perintis dan pengembang pendidikan seni pertunjukan di Indonesia : dari Yogyakarta mendunia untuk Indonesia* (L. Widiyawati, Ed.). Gajah Mada University Press.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods) (2nd ed., Vol. 10)*. PT Alfabet.

**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 LAMPIRAN

Lampiran 1 Panitia Petrus Live 2



Lampiran 2 Penonton menukarkan Tiket





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Lampiran 3 Pengisi Acara Petrus Live 2



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