

**PERAN DIVISI MARKETING DALAM MENDESAIN
KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PROMOSI
GROOVY GROUP DI EVENT BCA ASHIQUE FEST 2025**



LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Nama: Nabila Zakia Putri

NIM: 2205413015

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

(MICE)

**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2025



Hak Cipta :

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

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

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing Penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan mahasiswa Program Studi Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran (MICE) semester 7 (tujuh) berikut ini:

Nama	: Nabila Zakia Putri
NIM	: 2205413015
Program Studi	: Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE)
Judul Laporan PKL	: Peran Divisi Marketing Dalam Mendesain Konten Media Sosial Sebagai Alat Promosi Groovy Group Di Event BCA Ashique Fest 2025

Depok, 09 Januari 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Djuni Akbar, S.E., M.S
NIP 196206231990031002



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 diajukan oleh:

Nama : Nabila Zakia Putri
NIM : 2205413015
Program Studi : Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE)
Judul Laporan PKL : Peran Divisi Marketing Dalam Mendesain Konten Media Sosial Sebagai Alat Promosi Groovy Group Di Event BCA Ashique Fest 2025

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 Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 09 Januari 2026
Waktu : 10.20 – 10.57 WIB

Kepala Program Studi
Usaha Jasa Konvensi Perjalanan Intensif dan
Pameran

M. Iqbal Katik RE, S.ST., M.P.Par.
NIP 198701232020121004

Penguji

Djuni Akbar, S.E., M.S
NIP 196206231990031002



Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga

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



Hak Cipta :

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik kerja yang berjudul “Peran Divisi Marketing Dalam Mendesain Konten Media Sosial Sebagai Alat Promosi Groovy Group Di Event BCA Ashique Fest 2025”. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan kegiatan praktik kerja lapangan yang merupakan bagian dari kurikulum Program Studi Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE), Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Jakarta.

Laporan ini dibuat dengan tujuan Menjelaskan bagaimana konten media sosial dapat mendukung visibilitas dan branding perusahaan, terutama sebagai bahan pertimbangan calon klien yang mencari rekam jejak penyelenggaraan event. Selama kegiatan praktik kerja yang dilaksanakan pada periode Agustus hingga Januari 2025, penulis memperoleh berbagai pengalaman dan wawasan baru yang sangat berharga mengenai dunia industri event organizer.

Dalam proses pelaksanaan praktik kerja ini, penulis banyak memperoleh bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Djuni Akbar, S.E., M.S., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan laporan ini.
2. Bapak Ferdinand Ryan, selaku CEO PT Sahabat Pesta Indonesia (Groovy Group), yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk melaksanakan praktik kerja di perusahaan tersebut.
3. Kak Aubrey Julian, Kak Jeanice Salim, dan Kak Tobi Purwanto, selaku Pembimbing Lapangan yang dengan sabar membimbing dan memberikan banyak ilmu selama kegiatan magang berlangsung.
4. Seluruh staf dan karyawan PT Sahabat Pesta Indonesia (Groovy Group) yang telah membantu dan mendukung penulis dalam setiap kegiatan selama praktik kerja.
5. Teman-teman dan kakak tingkat yang selalu memberikan dukungan, bantuan, dan semangat selama proses magang.



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

6. Kedua orang tua tercinta, Ibu Nengsih dan Bapak Somaad, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang akan melaksanakan kegiatan praktik kerja.

Jakarta, 30 Desember 2025

Penulis,

Nabila Zakia Putri





DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penulisan.....	3
1.4 Manfaat Penulisan.....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6 Metode Analisis data.....	6
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 MICE.....	8
2.2 Marketing	8
2.3 Promosi	8
2.4 Media Sosial.....	9
2.4.1 Website sebagai Media Komunikasi Digital.....	10
2.5 Six Buyer-Readiness Stages.....	10
2.5.1 Awareness (Kesadaran).....	10
2.5.2 Knowledge (Pengetahuan)	11
2.5.2 Liking (Kesukaan).....	11
2.5.4 Preference (Preferensi).....	11
2.5.5 Conviction (Keyakinan).....	11
2.5.6 Purchase (Pembelian).....	11

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



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

2.6	Perencanaan Pesan Dalam Komunikasi Pemasaran.....	12
2.6.1	Message Content	12
2.6.2	Message Structure	12
2.6.3	Message Format	13
BAB III		14
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		14
BAB IV		19
PEMBAHASAN		19
4.4	Segmentasi Market Client Groovy Group	28
BAB V		31
PENUTUP		31
5.1	Kesimpulan	31
5.2	Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA		33
LAMPIRAN		34

**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 1 Segmentasi Market Client Groovy Group	29
Tabel 2 Transkrip Wawancara.....	34





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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo PT Sahabat Pesta Indonesia (Groovy Group).....	14
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi PT Sahabat Pesta Indonesia (Groovy Group).....	17
Gambar 4. 1 Halaman Latest Event pada website Groovy Group.....	22
Gambar 4. 2 Artikel Event BCA Ashique Fest.....	22
Gambar 4. 3 Bagian Pembuka Artikel.....	24
Gambar 4. 4 Bagian Isi Utama Artikel	24
Gambar 4. 5 Bagian Penutup Artikel.....	24
Gambar 4. 6 Design Konten Feeds Kolase Event.....	26
Gambar 4. 7 Editing Video Highlight Event	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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Narasumber	37
Lampiran 2 Dokumentasi Pelaksanaan Event	37
Lampiran 3 Publikasi Konten Reels.....	37
Lampiran 4 Publikasi Konten Feeds.....	38
Lampiran 5 Views Reels Instagram	38
Lampiran 6 Views Feeds Instagram.....	39





Hak Cipta :

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri event dan MICE di Indonesia menunjukkan tingkat persaingan yang semakin kompetitif, khususnya bagi perusahaan event organizer yang bergerak di segmen korporat. Klien tidak hanya menilai keberhasilan sebuah event dari aspek kelancaran pelaksanaan, tetapi juga dari bagaimana event tersebut direpresentasikan sebagai portofolio profesional yang mampu membangun citra, kredibilitas, serta kepercayaan publik. Dalam konteks tersebut, peran divisi marketing menjadi sangat penting dalam mendesain dan mengomunikasikan portofolio kegiatan event secara strategis, terutama melalui media sosial sebagai alat promosi yang efektif.

Groovy Group merupakan salah satu perusahaan event organizer yang menangani berbagai jenis kegiatan event, mulai dari conference dan seminar, corporate gathering, anniversary, roadshow, launching, awarding, exhibition, team building, public event, hingga hybrid dan live streaming event. Keberagaman jenis event tersebut menunjukkan bahwa Groovy Group memiliki kemampuan dan pengalaman dalam mengelola berbagai format acara dengan karakteristik dan kebutuhan klien yang berbeda. Berdasarkan portofolio kegiatan yang dimiliki, Groovy Group diketahui lebih banyak menangani klien dari sektor perusahaan korporat, baik perusahaan swasta maupun institusi berskala besar, yang memiliki standar profesionalisme dan kualitas layanan yang tinggi. Oleh karena itu, portofolio kegiatan event menjadi aset penting bagi perusahaan dalam menunjukkan kapasitas, profesionalisme, serta kualitas layanan kepada calon klien korporat.

Salah satu event korporat yang menjadi bagian dari portofolio Groovy Group adalah BCA Ashique Fest, sebuah corporate gathering yang diikuti oleh 743 peserta yang berasal dari cashier BCA se-Jabodetabek. Acara ini diselenggarakan selama satu hari penuh di Trans Studio Cibubur dengan mengusung konsep hiburan



© 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

dan kebersamaan. Rangkaian kegiatan dimulai dari pengaturan keberangkatan peserta melalui tujuh titik kumpul yang telah ditentukan, perjalanan bersama menuju venue, hingga pengelolaan kedatangan peserta melalui sistem antrian masuk. Selama acara berlangsung, peserta mengikuti berbagai aktivitas hiburan seperti permainan interaktif, pembagian doorprize, sesi karaoke, serta perayaan ulang tahun yang dikemas dalam suasana santai dan meriah.

Dalam penyelenggaraan event hospitality seperti BCA Ashique Fest, pengalaman peserta menjadi salah satu indikator utama keberhasilan acara. Kelancaran operasional, pengelolaan peserta dalam jumlah besar, serta kenyamanan selama kegiatan berlangsung merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh event organizer. Berdasarkan evaluasi internal, pelaksanaan acara ini memperoleh respons positif dari klien dengan tingkat kepuasan mencapai sekitar 85%, khususnya pada aspek konsep acara dan kelancaran kegiatan. Tingkat kepuasan tersebut menunjukkan bahwa Groovy Group mampu memenuhi ekspektasi klien korporat berskala besar serta membangun kepercayaan untuk kerja sama di masa mendatang.

Keberhasilan penanganan event BCA Ashique Fest memiliki nilai strategis bagi Groovy Group, tidak hanya sebagai pencapaian operasional, tetapi juga sebagai materi portofolio yang memiliki daya jual tinggi. Event dengan klien berskala nasional dan jumlah peserta yang besar dapat menjadi representasi kemampuan perusahaan dalam mengelola event secara profesional. Oleh karena itu, diperlukan peran divisi marketing dalam mendesain portofolio kegiatan event tersebut ke dalam konten media sosial yang informatif, menarik, dan relevan dengan citra perusahaan.

Media sosial menjadi salah satu sarana promosi yang efektif karena mampu menjangkau audiens secara luas serta menampilkan dokumentasi event secara visual dan naratif. Melalui pengelolaan konten yang tepat, divisi marketing dapat menampilkan nilai, keunggulan, serta kapasitas Groovy Group dalam menangani event korporat berskala besar. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji peran divisi marketing dalam mendesain portofolio kegiatan event BCA Ashique Fest di konten media sosial sebagai alat promosi Groovy Group, sehingga



© 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

dapat memberikan gambaran mengenai strategi promosi yang dilakukan serta kontribusinya terhadap citra Perusahaan.

Dalam kegiatan promosi jasa *event organizer*, media sosial dan website tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media strategis untuk membangun kesiapan calon client dalam mengambil keputusan. Hal ini sejalan dengan konsep *six buyer readiness stage*, yang menjelaskan bahwa konsumen melalui *liking*, *preference*, hingga *conviction* dan *purchase*. Oleh karena itu, pengolahan konten portofolio event BCA Ashique Fest melalui media sosial yang kemudian diarahkan ke website Groovy Group tidak hanya bertujuan memperkenalkan kegiatan, tetapi juga membangun ketertarikan serta keyakinan calon client terhadap kapabilitas Perusahaan sebagai penyelenggara *event corporate*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran divisi marketing Groovy Group dalam mempublikasikan event BCA Ashique Fest sebagai konten portofolio perusahaan?
2. Bagaimana desain konten portofolio event BCA Ashique Fest yang ditampilkan melalui website dan media sosial Groovy Group?
3. Bagaimana dampak konten portofolio event BCA Ashique Fest terhadap citra Groovy Group di media sosial?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan peran Divisi Marketing Groovy Group dalam mendesain portofolio kegiatan event BCA Ashique Fest ke dalam konten media sosial sebagai sarana promosi perusahaan.
2. Menunjukkan kemampuan dan kredibilitas Groovy Group sebagai event organizer yang dipercaya menangani event korporat berskala besar,



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

khususnya klien nasional seperti BCA, melalui penyajian konten media sosial yang profesional dan terstruktur.

3. Mengkaji bagaimana konten media sosial dimanfaatkan oleh Divisi Marketing Groovy Group untuk mempromosikan produk jasa event yang telah dilaksanakan, sehingga dapat membangun citra positif serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata calon klien.
4. Memberikan gambaran mengenai strategi promosi berbasis portofolio event yang dilakukan Groovy Group melalui media sosial sebagai bentuk soft selling dalam industri event organizer.

1.4 Manfaat Penulisan

Laporan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini disusun dengan harapan dapat memberikan kontribusi dan manfaat yang nyata bagi penulis, perusahaan tempat pelaksanaan PKL, serta pengembangan ilmu pengetahuan di bidang event dan pemasaran.

1. Manfaat Penulisan Bagi Penulis

Penulisan laporan ini memberikan manfaat langsung bagi penulis dalam:

- a. Menambah wawasan dan pemahaman mengenai peran divisi marketing dalam mendukung publikasi dan promosi event.
- b. Melatih kemampuan penulis dalam mengolah database, menyusun strategi promosi, serta menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia kerja.
- c. Menjadi sarana pengembangan keterampilan profesional, khususnya dalam bidang event marketing dan komunikasi pemasaran.

2. Manfaat Penulisan Bagi Perusahaan

Penulisan laporan ini memberikan manfaat langsung bagi Perusahaan dalam:

- a. Membantu perusahaan dalam memperkuat citra dan kredibilitas Groovy Group sebagai event organizer yang mampu menangani klien korporat berskala besar, seperti BCA, melalui penyajian portofolio event yang profesional dan terstruktur.



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

- b. Mendukung optimalisasi pemanfaatan hasil dokumentasi event sebagai materi promosi jangka panjang yang dapat digunakan untuk menarik calon klien korporat di masa mendatang.
- c. Mendukung optimalisasi pemanfaatan hasil dokumentasi event sebagai materi promosi jangka panjang yang dapat digunakan untuk menarik calon klien korporat di masa mendatang.

3. Manfaat Penulisan Bagi Ilmu Pengetahuan

Penulisan laporan ini memberikan manfaat langsung bagi Ilmu Pengetahuan dalam:

- a. Menjadi referensi bagi mahasiswa atau pihak lain yang ingin mempelajari peran marketing dalam industri event organizer.
- b. Memberikan gambaran nyata mengenai penerapan teori pemasaran dan promosi event di dunia kerja.
- c. Menambah literatur terkait praktik kerja lapangan/magang di bidang event dan MICE

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan laporan magang ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung selama pelaksanaan kegiatan magang di PT Sahabat Pesta Indonesia (Groovy Group). Metode pengumpulan data ini digunakan untuk memperoleh informasi yang akurat dan relevan mengenai peran divisi marketing dalam mengelola serta mempublikasikan konten portofolio event, khususnya event BCA Ashique Fest, sebagai bagian dari upaya pembentukan citra perusahaan melalui media digital.

2.1 Deskripsi

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara rinci aktivitas, proses kerja, serta peran divisi marketing dalam pengelolaan konten portofolio event. Melalui metode ini, penulis menyajikan penjelasan faktual mengenai tahapan kerja divisi marketing, mulai dari pemilihan event yang dijadikan portofolio, pengelolaan materi dokumentasi, proses pengemasan konten, hingga publikasi konten highlight event BCA Ashique Fest pada website dan media sosial Groovy Group. Pendekatan deskriptif



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

membantu penulis dalam menyusun gambaran yang sistematis mengenai bagaimana konten portofolio event dimanfaatkan untuk mendukung strategi branding perusahaan.

2.2 Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara informal dengan pembimbing lapangan serta anggota divisi marketing Groovy Group untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam terkait strategi publikasi event dan pengelolaan konten portofolio perusahaan. Melalui wawancara ini, penulis memperoleh pemahaman mengenai pertimbangan pemilihan event BCA Ashique Fest sebagai konten portofolio, tujuan penggunaan konten highlight event sebagai media soft selling, serta pandangan internal perusahaan mengenai peran konten media sosial dalam membangun citra Groovy Group sebagai event organizer korporat.

2.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa materi visual dan arsip digital yang berkaitan dengan publikasi event BCA Ashique Fest. Data dokumentasi meliputi konten artikel event pada website resmi Groovy Group, unggahan feed dan reels media sosial Instagram, serta dokumentasi internal berupa foto dan video kegiatan event. Data tersebut digunakan sebagai bahan analisis untuk menilai desain konten portofolio, format penyajian pesan, serta dampaknya terhadap citra Groovy Group di media sosial.

1.6 Metode Analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam laporan magang ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk menganalisis peran divisi marketing dalam mempublikasikan event BCA Ashique Fest sebagai konten portofolio serta dampaknya terhadap citra Groovy Group di media sosial.

Analisis dilakukan dengan mengkaji data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi selama kegiatan magang, khususnya yang berkaitan dengan proses pembuatan dan publikasi konten highlight event. Proses analisis mencakup pengelolaan materi dokumentasi event, penyusunan pesan konten, struktur



© 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

penyajian informasi, format visual dan audiovisual, hingga pemanfaatan konten tersebut sebagai sarana promosi dan branding perusahaan.

Pendekatan deskriptif kualitatif ini digunakan untuk memahami bagaimana konten portofolio event BCA Ashique Fest berkontribusi dalam membangun persepsi profesionalisme, kredibilitas, dan kepercayaan terhadap Groovy Group sebagai event organizer yang bergerak di segmen korporat.





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

Berdasarkan hasil analisis terhadap pengelolaan konten portofolio event BCA Ashique Fest, maka dapat ditarik beberapa Kesimpulan sebagai berikut:

1. Konten portofolio event yang di Kelola oleh divisi marketing Groovy Group memiliki peran strategis dalam membangun citra Perusahaan sebagai event organizer yang professional dan pengalaman dalam menangani event corporate. Konten tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual yang mempresentasikan kapabilitas dan kualitas layanan Perusahaan.
2. Groovy Group telah menangani berbagai segmen market, antara lain sektor pemerintahan dan BUMN, institusi keuangan, FMCG, health and beauty, teknologi dan elektronik, otomotif dan logistic, property, e-commerce, serta organisasi dan asosiasi. Keberagaman segmen ini menunjukkan luasnya jangkauan layanan Perusahaan, namun secara praktik focus utama tetap berada pada penyelenggaraan corporate event dan kegiatan institusional.
3. Media sosial dan website dimanfaatkan sebagai media utama dalam menampilkan portofolio event Perusahaan. Dari sisi desain konten, Groovy Group lebih menekankan pada kekuatan visual melalui foto dan video highlight yang menampilkan suasana acara, skala kegiatan, serta keterlibatan peserta. Arah desain ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi lebih berfokus pada pembentukan persepsi positif dibandingkan promosi penjualan secara langsung.



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

4. Jika ditinjau berdasarkan konsep six buyer readiness stage, desain dan penyajian konten portofolio Groovy Group saat ini berada pada tahap membangun awareness, interest, serta conviction calon client. Konten digunakan untuk memperkenalkan kualitas layanan dan menumbuhkan kepercayaan terhadap Perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan Kesimpulan yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi Groovy Group sebagai berikut:

1. Optimalisasi Fokus Konten Portofolio melalui Media Video
 Dalam pengembangan konten portofolio ke depan, Groovy Group disarankan untuk memperjelas arah fokus konten media sosial, tidak hanya sebagai dokumentasi event, tetapi sebagai sarana komunikasi yang membangun engagement. Fokus konten perlu diarahkan pada pemanfaatan media video sebagai format utama, didukung oleh visual gambar dan narasi singkat. Video dengan durasi yang memadai dan alur visual yang jelas mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai konsep acara, suasana kegiatan, serta kualitas pelaksanaan event, sehingga calon klien tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga meningkat pada tahap keyakinan dalam menggunakan jasa event organizer Groovy Group.
2. Penambahan Evaluasi Kepuasan Klien Pasca-Event Sebagai bentuk penguatan citra dan kredibilitas perusahaan, Groovy Group disarankan untuk menambahkan survey kepuasan klien pada tahap post-event. Hasil survey tersebut dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi internal sekaligus sebagai materi pendukung konten portofolio, sehingga tidak hanya menampilkan visual acara, tetapi juga menunjukkan tingkat kepuasan klien terhadap layanan yang diberikan.



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

- Azizah, A. L., Novry, H., Paninggiran, K., Semarang, U., & Semarang, U. (2025). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU MICE (MEETING INCENTIVE CONVENTION EXHIBITION) DI HOTEL GRASIA SEMARANG*. 3(1), 8–17.
- Konseptual, L., Dan, P., Arsitektur, P., Ridwan, M., Shidiqi, A. S. H., & Arsitektur, P. S. (2019). *CONVENTION AND EXHIBITION CENTER*.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., Baloglu, S., & Edition, G. (n.d.). *Marketing for Hospitality and Tourism*.
- Nurhadi, Z. F. (2015). *Brand dalam komunikasi pemasaran*. 1(1), 44–61.
- Adabiya, J., & Ar-raniry, U. I. N. (2015). *Jurnal Adabiya, Vol. 3 No. 83 Tahun 2015*. 3(83), 1–9.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., Baloglu, S., & Edition, G. (n.d.). *Marketing for Hospitality and Tourism*.
- Maulia Inayah Ansar. (2024). *Media Sosial Perbandingan Antara Platform Media Sosial Terpopuler*. DOXADIGITAL. <https://doxadigital.com/media-sosial/perbandingan-antara-platform-media-sosial-terpopuler-2/>
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M., & Rembang, M. (2020). PENTINGNYA WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI PARIWISATA KABUPATEN MINAHASA. *Acta Diurna Komunikasi*, 1–17.
- Vol. 12, No. 2, O. 2017. (2017). *Arum Wahyuni Purbohastuti*. 12(2), 212–231.