

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *EVENT TRADE EXPO*  
*INDONESIA 2022 DI ERA NEW NORMAL ICE BSD***

**TANGERANG SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**ALIN TASYA NURHANIFAH**

**193404516007**



**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *EVENT TRADE EXPO*  
*INDONESIA 2022* DI *ERA NEW NORMAL* ICE BSD**

**TANGERANG SELATAN**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Pariwisata pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional**

**Oleh:**

**ALIN TASYA NURHANIFAH**

**193404516007**



**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2022**

## LEMBAR PENYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN**

***EVENT TRADE EXPO INDONESIA 2022 DI ERA NEW NORMAL***

**ICE BSD TANGERANG SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan – kutipan yang disebutkan sumber nya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis .

Jakarta, 31 Oktober 2022



ALIN TASYA NURHANIFAH

NPM: 193404516007



**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul tugas akhir : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *EVENT TRADE EXPO INDONESIA 2022 DI ERA NEW NORMAL* ICE BSD TANGERANG SELATAN**

Nama Mahasiswa : **ALIN TASYA NURHANIFAH**

Nomor Pokok : **193404516007**

Program studi : **PARIWISATA**



**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *EVENT TRADE EXPO INDONESIA 2022 DI ERA NEW NORMAL* ICE BSD TANGERANG SELATAN**

Nama Mahasiswa : **ALIN TASYA NURHANIFAH**

NPM : **193404516007**

Program Studi : **Pariwisata**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional



(Anisa Putri Kusumaningrum, SST. Par., MM.) (Dr. Asep Parantika, S.E., M.M.)

**Mengetahui**  
**Dekan,**



Jakarta,.....2023

Tanggal Lulus : ..... 2023

**ABSTRAK**  
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT TRADE EXPO**  
**INDONESIA 2022 DI ERA NEW NORMAL ICE BSD**  
**TANGERANG SELATAN**

Oleh :

Alin Tasya Nurhanifah

193404516007

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Gagih Pradini, S.Par.,M.M

Pandemi Covid-19 sudah mulai mereda setelah 2 tahun kita melewati Covid-19 yang dimana banyak industri yang berdampak dan banyak juga yang gulung tikar serta banyak perubahan yang terjadi kita alami semuanya harus berlangsung secara *online* tidak terkecuali *event* yang juga pasti berdampak dan harus diadakan secara *online*. Namun setelah 2 tahun berlalu Covid-19 mereda kita sudah pelan-pelan bisa datang kembali merasakan acara secara *offline* meskipun kapasitasnya terbatas dan harus mematahui protokol kesehatan, karena keterbatasan itu masih banyak sekali *event* yang diselenggarakan secara *hybrid* agar bisa memuaskan pengunjung yang tidak bisa kedatangan datang secara *Offline* tidak terkecuali *event Trade Expo 2022* yang dimana pada tahun ini diselenggarakan dengan format baru yaitu *hybrid*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi marketing komunikasi apa saja yang dilakukan oleh pihak penyelenggaraan, apa saja yang menjadi hambatan serta apa saja yang menjadi kekurangan dan kelebihan dalam penyelenggaraan *Trade Expo Indonesia 2022*. Metode penelitian yang dipakai adalah dengan metode kualitatif deskriptif dengan analisis yang digunakan yang dimana pada tahun ini *Trade Expo Indonesia 2022* memiliki strategi komunikasi mulai dari media cetak, media sosial, *word of mouth*, *telemarketing*, hingga ke periklanan namun sangat disayangkan kurang efektif dan kurang *eye catching* sehingga banyak yang kurang mengetahui acara *Trade Expo Indonesia 2022* dan menyebabkan tahun ini ada penurunan pengunjung meskipun demikian *Trade Expo Indonesia 2022* telah berhasil mencetak transaksi tertinggi di tahun ini.

**Kata kunci : Pandemi Covid – 19, strategi komunikasi pemasaran**

## **ABSTRACT**

### **MARKETING COMMUNICATION STRATEGY FOR THE 2022 .TRADE EXPO INDONESIA EVENT IN THE NEW NORMAL ICE BSD TANGERANG SELATAN**

By :

Alin Tasya Nurhanifah

NPM: 193404516007

The Final Project, under the guidance of Gagih Pradini, S.Par., M.M

*The Covid-19 pandemic has begun to subside after 2 years we have gone through Covid-19, where many industries have had an impact and many have gone out of business and many changes have occurred to us, all of which must take place online, including events which must also have an impact and must be held. by online. However, after 2 years, Covid-19 has subsided, we have slowly been able to come back to experience events offline, even though the capacity is limited and we must comply with health protocols, because of these limitations there are still many events held in a hybrid manner so that we can satisfy visitors who cannot be found. coming offline is no exception for the 2022 Trade Expo Event which this year will be held in a new format, namely hybrid. This study aims to find out what marketing communication strategies are carried out by the organizers, what are the obstacles and what are the weaknesses and strengths in organizing the 2022 Trade Expo Indonesia. The research method used is a descriptive qualitative method with analysis used which this year the Trade Expo Indonesia 2022 has a communication strategy ranging from print media, social media, word of mouth, telemarketing, to advertising but unfortunately it is less effective and less eye catching so that many are not aware of the Trade Expo Indonesia 2022 event and this has caused a decrease in visitors this year, even though the Trade Expo Indonesia 2022 has managed to score the highest transactions this year.*

**Keywords: Pandemic Covid – 19, marketing communication strategy**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

1. Nama : Nn. ALIN TASYA NURHANIFAH
2. Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 17 Agustus 2022
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : jln. Moh.Simin No 8a, Rengas,  
Ciputat Timur,Tangerang Selatan
5. No Handphone : 0895635859426
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : Alintasya24@gmail.com

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2006-2013 SDN. Bintaro 03 Pagi
2. 2013 -2016 SMP. Perwira Jakarta
3. 2016- 2019 SMA. Kartika X-1 Bintaro

Jakarta, 31 Oktober 2022



Alin Tasya Nurhanifah  
NPM. 193404516007



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanhu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *EVENT TRADE EXPO INDONESIA 2022 DI ERA NEW NORMAL ICE BSD TANGERANG SELATAN*” dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai studi Program Sarjana (S1) jurusan/ prodi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerja sama , dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App. Ec, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari. S.E., M.M selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M selaku dosen pembimbing yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Liliana Dewi, S.S., M.M. Par selaku dosen akademik yang sudah banyak membantu saya selama saya berkuliah

7. Kepada seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar
8. Bapak Heru Catur Dharmawan dan Ibu Rini Widowati, selaku orang tua saya yang telah memberikan nasihat dan semangat untuk berjalannya tugas akhir ini.
9. I Putu Ranga Putra Ariasa, yang selalu memberikan semangat, serta motivasi dan dukungan untuk berjalannya tugas akhir ini
10. Rekan- rekan seperjuangan pariwisata 2019 sampai saat ini, terima kasih atas dukungan dan hari – hari yang sudah kita lalui bersama hingga detik ini.
11. Sheva Aulia, Nada Widya, dan Prili Diana Rossa, selaku teman yang selalu mendukung jalannya tugas akhir tersebut.
12. Sekar Rizky dan Nurul Nabila Nasution, selaku sahabat sekolah yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
13. Bapak Bintang Mia selaku pihak penyelenggara acara sudah berkenan untuk membantu dan menyediakan waktu dalam mengumpulkan data penelitian
14. Seluruh *Exhibitor* dan *Visitor* yang sudah membantu saya dalam mengumpulkan data dalam penelitian
15. Alin Tasya Nurhanifah, selaku diri sendiri yang telah sabar dan penuh tekad sejauh ini untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.

Jakarta, 31 Oktober 2022

Penulis



Alin Tasya Nurhanifah

## DAFTAR ISI

<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENYATAAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	16
A. Latar Belakang.....	16
B. Perumusan Masalah.....	20
C. Tujuan Penelitian.....	21
D. Manfaat Penelitian.....	21
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	22
A. Teori yang Terkait dengan Variabel Penelitian.....	22
1.Strategi.....	22
2.Komunikasi Pemasaran.....	23
3.Strategi Komunikasi Pemasaran.....	26
4. <i>Event Marketing</i> .....	28
5. Analisis SWOT.....	34
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian.....	35
C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	36

D. Kerangka Analisis .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Objek Penelitian.....	41
B. Rencana dan Tahapan Penelitian .....	41
C. Data Penelitian .....	41
1. Sumber Data dan Jenis Data .....	41
2. Jenis Data .....	42
3. Situasi Sosial dan Sampel .....	43
D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	44
1. Observasi.....	44
2. Wawancara .....	45
3. Dokumentasi .....	46
4. Triangulasi data.....	47
E. Pengolahan Data dan Analisis data .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
A. Hasil Penelitian .....	50
1. Deskripsi Data Penelitian.....	50
2. Karakteristik wawancara.....	55
B. Pembahasan.....	58
1. Strategi komunikasi pemasaran <i>Event Trade Expo Indonesia 2022</i> dalam meningkatkan pengunjung di era <i>new normal</i> .....	58
2. Analisis kelebihan dan Kekurangan <i>Event Trade Expo Indonesia</i> .....	66
2022.....	66
3. Kendala dan Hambatan dalam membuat strategi <i>Event Trade Expo</i> <i>Indonesia 2022</i> .....	81
4. Kesuksesan acara <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> .....	82

C. Analisis SWOT .....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
A. KESIMPULAN .....	91
B. SARAN.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>93</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>98</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 2. 2 Kerangka Analisis .....	40
Tabel 3. 1 Rencana Penelitian .....	41
Tabel 4. 1 Data Narasumber dan Informan .....	55
Tabel 4. 2 Data Kunjungan 2018-2022 .....	82
Tabel 4. 3 Analisis SWOT .....	83
Tabel 4. 4 Matrik SWOT .....	84



## DAFTAR GAMBAR

Keterangan	Halaman
Gambar 1. 1 Perkembangan Kasus Baru Covid-19 di Indonesia .....	17
Gambar 2. 1 Konsep 5P dalam pemasaran event.....	30
Gambar 3. 1 Situasi Sosial .....	43
Gambar 3. 2 Komponen analisis data (Miles & Huberman).....	48
Gambar 4. 1 Struktur Kepanitiaan Event Juring - Post Event.....	53
Gambar 4. 2 Posisi keberadaan rundown.....	73



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 List Pertanyaan wawancara .....	98
Lampiran 2 Dialog wawancara dengan penyelenggara acara ( Narasumber) ....	102
Lampiran 3 Tabel wawancara dengan Exhibitor (Narasumber).....	108
Lampiran 4 Tabel wawancara dengan pengunjung (Informan).....	113
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian .....	119
Lampiran 6 Panitia Pra Event.....	139
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	140
Lampiran 8 Lembar Bimbingan .....	141
Lampiran 9 Cek Turnitin (Plagiasi).....	143

