

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 List Pertanyaan wawancara

No.	Penyelenggara	Pengujung	Stand Bazar
1.	Kenapa memilih lokasi acara di ICE BSD , Tangerang selatan ?	Kenapa kakak mau berkunjung ke acara trade expo Indonesia 2022 di era new normal?	Mengetahui ada nya <i>event trade expo Indonesia 2022</i> darimana ?
2.	Kenapa lebih memilih mengadakan acarasecara hybrid ? tidak secara full <i>online</i> ?	Tujuan kakak berkunjung ke acara trade expo Indonesia 2022 di era new normal itu buat apa ?	Apakah sudah pernah mengikuti <i>event trade expo</i> sebelum nya ? jika iya tahun berapa dan apakah ada perbedaan ?
3.	Menurut bapak / ibu strategi komunikasi pemasaran itu penting tidak ?	Bagaimana kakak mendapatkan info dari mana mengenai acara trade expo Indonesia 2022?	Apa saja yang ditawarkan oleh penyelenggara <i>event trade expo</i> di tahun 2022 sehingga tertarik untuk buka tenant di <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?
4.	Siapa saja yang terlibat dalam membuat strategi komunikasi pemasaran agar dapat meningkatkan pengujung di era new normal ?	Apakah ada kendala dalam berkunjung ke <i>event trade expo</i> ?	Mayoritas pengujung yang datang ke tenant itu berasal darimana saja ?
5.	Apa saja bentuk strategi komunikasi	Apa saja yang didapat setelah datang dia acara	Apakah dengan mengikuti acara trade

	pemasaran yang digunakan di <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?	<i>event trade expo Indonesia 2022</i> ?	expo ini memiliki dampak yang signifikan ?
6.	Strategi komunikasi pemasaran apa saja yang digunakan dalam memasarkan <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ? penerapannya bagaimana ?	Strategi komunikasi pemasaran seperti apa yang bapak/ ibu alami yang dilakukan oleh penyelenggara <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> dalam meningkatkan pengunjung di era new normal ?	Strategi komunikasi pemasaran seperti apa yang bapak/ ibu ketahui yang dilakukan oleh penyelenggara <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> dalam meningkatkan pengunjung di era new normal ?
7.	Siapa saja yang menjadi target peserta dalam membuat strategi komunikasi pemasaran ?	Apakah bapak/ ibu mengetahui siapa saja yang menjadi target pengunjung di <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?	Apakah bapak/ ibu mengetahui siapa saja yang menjadi target pengunjung di <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?
8.	Bagaimana proses membuat strategi komunikasi pemasaran mulai dari pra- <i>event</i> hingga juring <i>event</i> ?	-	-
9.	Apa saja yang menjadi hambatan atau kendala dalam membuat strategi	-	-

	komunikasi pemasaran di <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?		
10.	Bagaimana cara mengatasi hambatan yang terjadi dalam membuat strategi komunikasi pemasaran ?	-	-
11.	Apa saja kelebihan dari <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?	Menurut bapak/ ibu apa saja yang menjadi kelebihan dari <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?	Menurut bapak / ibu apa saja kelebihan dari <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?
12.	Apa saja yang menjadi kekurangan dari <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?	Menurut bapak/ ibu apa saja kekurangan dalam menyelenggarakan <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?	Menurut bapak/ ibu apa saja kelebihan dari <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?
13.	Apakah ada perbedaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dari <i>event</i> sebelumnya ?	Menurut bapak/ ibu apakah ada perbedaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dari <i>event</i> sebelumnya ?	Menurut bapak/ ibu apakah ada perbedaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dari <i>event</i> sebelumnya ?
14.	Jika iya apa saja yang menjadi pembeda dari tahun sebelumnya ?	Jika iya apa saja yang menjadi pembeda dari tahun sebelumnya ?	Jika iya apa saja yang menjadi pembeda dari tahun sebelumnya ?
15.	Menurut bapak/ Ibu apakah <i>Event Trade</i>	Menurut bapak/ Ibu apakah <i>Event Trade</i>	Menurut bapak/ Ibu apakah <i>Event Trade</i>

	Expo Indonesia berhasil ?apakah strategi komunikasi pemasarannya berhasil ?	Expo Indonesia berhasil ?apakah strategi komunikasi pemasarannya berhasil ?	Expo Indonesia berhasil ?apakah strategi komunikasi pemasarannya berhasil ?
--	---	---	---



Lampiran 2 Dialog wawancara dengan penyelenggara acara (Narasumber)

Narasumber 1 Pak Bintang (penyelenggara)

Wawancara langsung dengan Pak Bintang secara langsung pada tanggal 26 Desember 2022

1. Kenapa memilih lokasi acara di ICE BSD , Tangerang selatan ?

Jawab : ICE BSD adalah lokasi paling representative, kalau kita milih di JCC lokasi nya berkantong- kantong ada *Hall A, Hall B*, dsb tidak flatt kemudian jika kita milih J-Expo ada *Hall A, Hall B* yang bersebarangan seperti ada mata air dan air mata kalau di ICE Flat dan dari segi biaya yang memenuhi untuk sekarang adalah ICE

2. Kenapa lebih memilih mengadakan acara secara hybrid ? tidak secara full *online* mengingat masih dalam kondisi pandemic covid-19 ?

Jawab : ketika kita offline semua di shettel dari before hingga pas ke *event* nya aja begitu selesai pameran ya sudah, tpi kalau *hybrid* apa yang belum selesai di *offline* tanggal 23 oktober masih bisa di shettle *by online* meskipun kualitasnya tentu tidak sesuai, yang dimana untuk mengejar hal- hal yang belum di tersampaikan di *offline* masih bisa terkejar di pameran *online*, ketika ada buyer yang datang ngomong A, B, C,D belum selesai dan harus ngobrol dulu apa yang belum selesai bisa di selesaikan *by online* bisa pakai zoom maupun media lain lalu ada buyer ketika datang bisa berbicara koleganya bisa merekomendasikan produk yang dibutuhkan ke koleganya eh lu nyari barang ini ada disinilah sehingga promosi masih tetap bisa berjalan dan instan meskipun pameran *offline* nya sudah selesai kalau pameran nya *offline* begitu acaranya selesai hanya bisa lihat dari katalog kalau *hybrid* masih bisa terkoneksi.

Pertanyaan tambahan

- 2.a Kenapa lebih memilih *hybrid* dibandingkan *full online* karena kita mengingat masih dalam kondisi pandemi covid-19 ?

Jawab : karena pandemi sudah mulai low dan tidak bisa yang menggantikan yang namanya meetup simpel kaya kita sekarang kan bisa by phone kan ? tapi

kan beda *touch* nya beda, apalagi di industri pameran tidak bisa tergantikan yang namanya *touch* itu tidak bisa tergantikan

2.b Kenapa acara *offline* nya tuh kurang dari seminggu ? mereka kurang puas jika acara nya hanya kurang seminggu karena mereka lebih suka *offline* gitu, seperti waktunya sangat kurang jika kalau ingin menikmati seluruh rangkaian acaranya karena lokasinya sendiri pun luas walaupun dalam 1 gedung ada dari *Hall 1- Hall 10* ?

Jawab : mereka mau bayar gk untuk itu? Ini aja mereka jerit-jerit untuk bayarnya, karena masalah dana itu sendiri yang terbatas sehingga kami menyiapkan yang versi *online* nya. Kita siapin *platform online* ketika lu sudah cocok di *onlinenya* mereka bisa meetup tpi tidak di *event*.

3. Menurut bapak strategi komunikasi pemasaran itu penting tidak ?

Jawab : penting bgt, kalau kita gak punya strategi yang benar gak mungkin buyer dari luar negeri bisa sampai kesini gk mungkin demand dan *supply* ketemu, dengan strategi kita yang ada bahwa kita kasih tau lu pernah submit furniture kan ? di gw ada datang lah

4. Siapa saja yang terlibat dalam membuat strategi komunikasi pemasaran agar dapat meningkatkan pengunjung di era *new normal* ?

Jawab : disini karena ada 2 pihak EO dan Kemendag kami ini meeting dan berkolaborasi dari sisi kami profesional memberi tahu bahwa iniloh pak yang terjadi dari sisi kemendag dia juga pakai bahasanya dia jadi kalau kami bikin sosmed, nah kalau kemendag itu pakai jalur negara dengan itpc, perwakilan dagang jadi kita memakai strategi komunikasi pemasaran swasta dan pemerintah

5. Apa saja bentuk strategi komunikasi pemasaran yang digunakan di *event Trade Expo Indonesia 2022* ?

Jawab : dari swastanya melalui sosmed , email blast yang biasa dilakukan oleh EO dari sisi kemendag mereka melakukan memakai jalur mereka mengundang instansi-instansi, antar departemen, keluar negeri by antar government

Pertanyaan tambahan

5a. Menggunakan *influencer* atau *selebgaram* tidak ? atau cuman memakai Facebook ads, Instagram ads saja ?

Jawab :

Untuk kali ini kita tidak memakai seleb karena dana nya kurang karena disini kita tidak memakai anggaran negara *Trade Expo* ini benar benar hanya menggunakan dana swadaya jadi ini jatohnya PNB (Penerimaan Negara Bukan Pajak) jadi uang yang ada itu hasil dari jualan stand dan jualan sponsor tidak memakai anggaran dana sepersen pun, dana kementerian perdagangan pun kita gk make mereka hanya nunjuk EO lu kerja dah gw kasih surat, tapi surat mereka sangat berarti, *even* kita minta tolong para pejabat, soalnya setiap pejabat pasti ada kementerian - kementerian kan ntar antar instansi telp “bro dateng dong di pameran gw” itu penting nya

5b. Berarti kalau undang delegasi negara itu berarti lewat pemerintah?

Jawab : kalau undang delegasi negara itu baru anggaran dana negara tapi uang anggaran negara buat *trade expo* tapi untuk mensukseskan karena tiap pemerintah punya program masing seperti kemenlu punya program jadi kaya gini setiap instansi itu punya anggaran promosi untuk mendatangkan investasi nah anggaran itu yang digunakan untuk mengundang delegasi “ ehh ada opportunity di Indonesia dateng dong” si *buyer* tidak punya dana, “ gw gk punya duit, lu dong yang harus *service* gw dong” nah anggaran itu yang dipakai untuk mendatangkan delegasi ditambah para pejabatnya

5c. Berarti akomodasi delegasi itu ditanggung oleh pemerintah ?

Jawab : ada yang ditanggung ada yang tidak, kalau delegasi antar negara iya, tapi kalau swastanya itu hanya woro woro nya tergantung

6. Strategi komunikasi pemasaran apa saja yang digunakan dalam memasarkan *event Trade Expo Indonesia 2022* ?

Jawab : word of mouth, media sosial, media cetak, berita koran walaupun tidak banyak berita tv, *wa blast*, *sms blast*, *email blast* ada cuman emang heavy nya gk ada

Pertanyaan tambahan :

Berarti kalau *wa blast*, *sms blast*, *email blast* itu dikirim hanya untuk yang pernah datang saja ?

Jawab : email,wa, sms blast itu datang nya hanya ke orang yang pernah *register* sebelumnya database nya

7. Siapa saja yang menjadi target peserta dalam membuat strategi komunikasi pemasaran ?

Jawab : EO nya, panitia kementerian perdagangan, dan instansi – instansi lainnya yang terlibat dalam membuat acara ini, semua dimintai saran dan dimintai dananya

8. Bagaimana proses membuat strategi komunikasi pemasaran mulai dari *pra-event* hingga *juring event* ?

Jawab : sama kaya tadi, kita ada tim kecil tim rumus yang akan membuat semacam SOP yang harus diikuti dan dijalankan oleh semua pihak tpi apapun yang dilakukan harus diketahui oleh tim ini kaya missal nya ditengah jalan kita ada ide tidak boleh langsung di eksekusi harus di diskusikan oleh tim ini ad wa grup kita , ngomong dulu di grup atau bahkan jika perlu meeting kita adakan meeting

9. Apa saja yang menjadi hambatan atau kendala dalam membuat strategi komunikasi pemasaran di *event Trade Expo Indonesia 2022*?

Jawab:

Kendala nya anggaran karena ketika kita mau melakukan sesuatu harus tanya dulu ada atau tidak nya anggarannya, proses *approval* (bolak balik penganjuan persetujuan), dan birokrasi sedangkan untuk hambatannya G20 karena ketika kita pengajuan dana, anggarannya sudah dipakai untuk G20 lalu kita juga ketika mau melakukan sesuatu banyak kebentur nya untuk mengatasi hambatan dengan cara melakukan dobrakan dengan cara melakukan persuasi antar instansi

10. Bagaimana cara mengatasi hambatan yang terjadi dalam membuat strategi komunikasi pemasaran ?

Jawab: bahwa kadang kadang kita mendobrak dengan cara persuasi antar instansi baik pemerintah maupun ke swasta

11. Apa saja kelebihan dari *event Trade Expo Indonesia 2022* baik secara umum maupun dari segi komunikasi pemasarannya?

Jawab :

Kalau mau di kooperasi kita ada *online*

Pada taun ini demand nya tinggi untuk bisnis dan
Kita punya gimmick, kita punya tema sesuai dengan G20
Semangat G20

12. Apa saja yang menjadi kekurangan dari *event Trade Expo Indonesia 2022* baik secara umum maupun segi komunikasi pemasarannya?

Jawab : kami agak terlambat karena kami di set up baru di bulan juli sedangkan kalau *event* gede itu minimal bulan januari harus udah jalan atau minimal 6 bulan , lalu ketika kita mau ngapain terbentur, bentur, G20 karena semua anggaran untuk G20 , waktu nya pendek , di hybrid tidak semua melek teknologi bahkan dibinaan binaan di pemerintah sih pembina melek teknologi di bawahan nya tidak melek teknologi bahkan ngerinya kadang si pembina nya tidak melek teknologi

Pertanyaan tambahan :

12a. Tadi kan kita ngebahas kalau missal nya banyak orang yang kurang terhadap teknologi, kenapa peletakkan *rundown* nya itu tidak *eyecatching* di websitenya malah di kasih kolom tersendiri yang dimana tidak semua orang mengeetahuin masalah *rundown* karena saya sudah wawancara ke berapa orang kalau missal nya mereka tidak mengetahui masalah *rundown* acara itu kenapa tidak dishare disosial media maupun media lain?

Jawab : itu memang kelemahan kita, *rundown* kita kurang teruplound dengan baik, dan salah penempatan di *website*

12b. kenapa spanduk *trade expo* itu hanya ada di ICE BSD dan di JABABEKA Cikarang saja ?

Jawab : oh iya itu jadi masalah terkait anggaran, untuk media cetak sebenarnya ada di bandara namun hanya sedikit, terkait itu yang terkendala adalah pengalaman penyelenggara anggaranya dan dananya.

12c. Kenapa pemberitaan hanya rame di hari pertama aja, sedangkan di *event* lain seperti PRJ yang biasanya tiap tahun ngadain itu hampir tiap hari ada pemberitaanya ?

Jawab : memang kita ada pemberitaan hanya di hari pertama dan di hari terakhir aja karena semua terkait anggaran dana

13. Apakah ada perbedaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dari

event sebelumnya ?jika apa saja yang menjadi pembeda dari tahun sebelumnya ?

Jawab : kalau yang sebelum kurang banyak kenalan atau koneksi, kurang pintar mengelola sosial media dan marketing nya, kalau kemaren terlalu nurut kalo disini kita berani mendobrak, kalau tahun kemaren cuman buyer tekan kontrak udah kalau taun ini kita turuin kebawah untuk melihat langsung produk dan pamerannya sehingga buyer tahu kalau disini ada banyak produk tidak cuman 1

14. Menurut bapak/ Ibu apakah *Event Trade Expo Indonesia* berhasil ?apakah strategi komunikasi pemasaran nya berhasil ?

Jawab : totally berhasil yang ngomong bukan EO tpi dari kementrian dan *Exhibitor nya*, bahwa mereka senang berhasil,

pertanyaan tambahan :

kalau dari sisi penyelenggara acaranya patokan berhasil nya itu seperti apa ?

jawab : bahwa berhasil nya suatu *event* adalah kalau peserta *repeat action*, tapi kalau kementrian itu ada *sumerry nya* ada transaksi nya sekian lebih ke investasinya



Lampiran 3 Tabel wawancara dengan Exhibitor (Narasumber)

No.	Wawancara dengan Narasumber Exhibitor			
	Kak Yova (DEKRANASDA DKI Jakarta)	Kak Arifah (Arum Ayu)	Kak Reyhan (Halal Hub Gorita)	Mbak Dwi dan Mbak Anis (Kalyana Pramesew)
1.	Mengetahui ada nya <i>event trade expo Indonesia 2022</i> darimana ?			
	<i>Event trade expo</i> Taunya dari kantor	Karena kami dibina oleh kementrian pertanian sehingga kami diundang dan dikasih kesempatan untuk mengikuti dan membuka <i>stand di event Trade Expo Indonesia 2022</i>	Bagi perusahaan ada penyuluhan dan sosialisasi tentang acara <i>trade expo</i>	Mengetahui <i>event trade expo</i> dari grup <i>whatsaapp</i>
2.	Apakah sudah pernah mengikuti <i>event trade expo</i> sebelum nya ? jika iya tahun berapa dan apakah ada perbedaannya ?			
	Belum pernah	Kami belum pernah mengikuti <i>event</i> ini ditahun sebelumnya, karena kami baru pertama kali mengikuti <i>event</i> ini kami tidak mengetahui perbedaannya	Pernah ikut ditahun lalu namun masih <i>online</i> , perbedaannya dari tahun kalau tahun lalu tidak membuat <i>booth</i> seperti sekarang para buyer tidak bisa langsung kontak sama kita tidak bisa melihat produk kita secara langsung, pada tahun ini lebih <i>better</i> untuk acaranya <i>online</i> via <i>zoom</i> hanya <i>drop cp</i> via <i>chat zoom</i> saja , tahun sekarang lebih <i>better</i>	Sudah 4 kali mengikuti <i>trade expo</i> namun tahun sebelumnya ibu bapak yang ngejalanin untuk saya sendiri baru pertama kali
3.	Apa saja yang ditawarkan oleh penyelenggara <i>event trade expo</i> di tahun 2022 sehingga tertarik untuk buka tenant di <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?			
z	Ditawarkan fasilitas dan pengunjung yang lumayan intens hadir	Kami tertarik ikut acara ini karena banyak orang yang mencari produk untuk di ekspor ke luar negeri sehingga Kami tertarik untuk mengikuti acara ini	Karena sesuai dengan Kamanya <i>Trade Expo</i> , partisipan tentunya memiliki kesempatan besar untuk bertukar Informasi dari segi bisnis, yang utama	Tidak hanya menjual produk namun kita lebih kepada mengenalkan produk sehingga dapat Memperbanyak kolega untuk ekspor

No.	Wawancara dengan Narasumber Exhibitor			
	Kak Yova (DEKRANASDA DKI Jakarta)	Kak Arifah (Arum Ayu)	Kak Reyhan (Halal Hub Gorita)	Mbak Dwi dan Mbak Anis (Kalyana Pramesew)
			pastinya adalah koneksi dan mengetahui kebutuhan orang-orang yang bisa didapatkan dari bisnis kita, koneksi merupakan sesuatu yang cukup mahal bagi kita	impor produk
4.	Mayoritas pengunjung yang datang ke tenant itu berasal darimana saja ?			
	Beragam, dari domestik maupun luar negeri ada	Yang berkunjung ke stand kami itu berbagai macam negara kak mulai dari Chicago, Bangladesh sudah mulai banyak nanya nanya tentang produk kami untuk di ekspor kenegara mereka	Seluruh penjuru Indonesia namun lebih jauh dari kota besar seperti ada dari blora Jawa Timur, Jawa Tengah, Temanggung bisa jadi mereka pengunjung, pelaku UMKM buat cari referensi produk kalo dari luar negeri lebih merata mayoritas dari afrika , Utopia, Nigeria, India, Thailand seluruh negara datang namun lebih banyak dari benua Afrika	<i>Delegasi, buyer, DESPERINDAG, Kementrian</i>
5.	Apakah dengan mengikuti acara <i>trade expo</i> ini memiliki dampak yang signifikan ?			
	Iya, jadi lebih dikenal dan setelah itu mendapatkan <i>buyer</i> berkelanjutan	Lumayan signifikan kalo dari penjualan, karena kami disini tujuannya untuk mengenalkan produk yang nanti akan diekspor orang yang berkunjung kesini itu lumayan <i>exited</i> karena mokaf lebih	Tentu nya iya karena walaupun hanya tukeran kartu nama saja sudah terjadi kontak bisnis, walaupun tidak terjadi buying atau selling disini , namun ada selling atau buying yang	Lebih banyak yang pesan <i>custom</i>

No.	Wawancara dengan Narasumber Exhibitor			
	Kak Yova (DEKRANASDA DKI Jakarta)	Kak Arifah (Arum Ayu)	Kak Reyhan (Halal Hub Gorita)	Mbak Dwi dan Mbak Anis (Kalyana Pramesew)
		banyak dicari	potensial dimasa depan walaupun hanya tukeran kartu nama saja itu sudah menjadi <i>database</i> buat kita, dalam 1 hari bisa 70 – 100 pengunjung atau calon buying yang berkunjung ke <i>booth</i> kita	
6.	Strategi komunikasi pemasaran seperti apa yang bapak/ ibu ketahui yang dilakukan oleh penyelenggara <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> dalam meningkatkan pengunjung di era <i>new normal</i> ?			
	Menurut saya strateginya ketika pameran booth nya harus menarik, dan kita tidak memaksa mereka untuk menguhampiri tenant kita dengan produk yang menarik dan sesuai dengan pasarnya pasti pengunjung datang dengan sendirinya Pertanyaan tambahan 6a. Apakah ketika sudah mendaftar dan mendapatkan barcode untuk masuk apakah ada pesan semacam reminder untuk dating ke acaranya ? Jawab : iya dapat <i>barcode id card</i> 6b. Apakah kk pernah melihat iklan atau media cetak seperti brosur,	Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh penyelenggara <i>event</i> dengan bentuk penjualan tatap muka langsung dengan pengunjung selain menjual beberapa produk beberapa dari peserta <i>event</i> juga hanya lebih focus untuk memperkenalkan dan mempromosikan produknya kepada pengunjung agar pengunjung lebih tahu tentang produk tersebut baru akan melakukan penjualan diluar <i>event</i>	Tentunya berbedaya ya karena ditahun sebelumnya dilakukan secara <i>online</i> , jadi otomatis saat mereka mau gelar acara ini lagi secara <i>offline</i> , banyak orang yang berminat, marketing mereka tentunya dengan menunjukkan kesuksesan dari acara- acara sebelumnya dan menunjukkan total angka transaksi bisnis yang terjadi di <i>Trade Expo</i> sebelumnya	Menurut saya dengan memaksimalkan <i>branding Trade Expo</i> melalui sosial media dan <i>media partner</i> yang bisa memaksimalkan pengunjung

No.	Wawancara dengan Narasumber Exhibitor			
	Kak Yova (DEKRANASDA DKI Jakarta)	Kak Arifah (Arum Ayu)	Kak Reyhan (Halal Hub Gorita)	Mbak Dwi dan Mbak Anis (Kalyana Pramesew)
	<p>pamflet, maupun spanduk atau media lain ? jika iya pernah lihat dimana dan seperti apa ?</p> <p>Jawab : spanduk nya ada di seputaran BSD sih sebelum acara, kalau di Jakarta gk nemu spanduk nya</p> <p>6c. Untuk rundown nya apakah kk mengetahui secara jelas runtutan acara dari hari pertama hingga hari terakhir ?</p> <p>Jawab : ngak ka, aku gak tau mengenai rundown</p>			
7.	Apakah bapak/ ibu mengetahui siapa saja yang menjadi target pengunjung di <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?			
	Tahu	<p>Sepertinya yang lebih banyak menjadi target pengunjung di <i>event</i> tersebut yang lebih utama ke produk bahan baku dan rempah-rempah, terutama pengunjung dari luar negeri yang lebih tertarik kepada produk rempah-rempah</p>	<p>Buyer dari luar negeri terutama timur tengah, tapi in general setiap negara, banyak buyers dari luar negeri yang mencari kebutuhan dari pangan sampai perlengkapan rumah</p>	Menurut saya untuk target <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ini adalah UMKM Indonesia
8.	Menurut bapak / ibu apa saja kelebihan dari <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?			
	Kelebihannya acaranya besar mengundang berbagai buyer dari berbagai daerah hingga mancanegara, tempatnya luas	Menurutku kelebihan dari event ini kita sebagai UMKM bisa berkesempatan langsung untuk	Kelebihannya adalah penempatan booth yang sesuai dengan segmen bisnis masing – masing sehingga pengunjung bisa	kelebihan dari <i>event Trade Expo</i> ini selain mendatangkan customer dari dalam negeri juga melibatkan

No.	Wawancara dengan Narasumber Exhibitor			
	Kak Yova (DEKRANASDA DKI Jakarta)	Kak Arifah (Arum Ayu)	Kak Reyhan (Halal Hub Gorita)	Mbak Dwi dan Mbak Anis (Kalyana Pramesew)
		mengenalkan produk kita kepada pengunjung yang berasal dari negara lain dan bisa berkesempatan untuk memperkenalkan produk kita kepada pengunjung yang berasal dari negara lain dan bisa berkesempatan juga untuk ekspor produk	dengan mudah mengidentifikasi jenis – jenis produk yang ada di tiap sektor pameran	hubungan B2B dan B2C dari luar negeri seperti India dll
9.	Menurut bapak/ ibu apa saja kekurangan dari <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?			
	Kekurangannya apaya paling sih karena <i>hall</i> yang dibuka luas banget ya dan tenant ku diujung di <i>hall</i> 9 jadi mungkin ga semua pelanggan bisa sampe keujung untuk datang	Untuk kekurangan sepertinya tidak ada, hanya sedikit masukan saja untuk lebih infokan Kembali bahwa di <i>event</i> ini kita tidak hanya focus untuk berjualan saja tetapi juga harus memperkenalkan produk kepada setiap pengunjung yang datang	Kekurangannya adalah dari tiap booth hanya dijaga oleh partisipan masing-masing tidak ada guide dari panitia <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> langsung , akan lebih baik jika ada panitia <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> yang turun langsung untuk memberikan <i>guidance</i> kepada <i>visitor, media coverange</i> yang kurang, hanya muncul diberita saat pembukaan saja, di sisa 5 hari berikutnya tidak banyak liputan media	Kekurangan dari <i>event</i> ini menurut saya yaitu kurangnya informasi terkait dengan prosedur dan skema <i>Exhibitor</i> selama di lokasi pameran
10.	Menurut bapak/ ibu apakah ada perbedaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dari <i>event</i> sebelumnya ?			

No.	Wawancara dengan Narasumber Exhibitor			
	Kak Yova (DEKRANASDA DKI Jakarta)	Kak Arifah (Arum Ayu)	Kak Reyhan (Halal Hub Gorita)	Mbak Dwi dan Mbak Anis (Kalyana Pramesew)
		kalau untuk perbedaan strategi <i>event</i> sebelumnya aku kurang ngerti karena kebetulan baru ditahun ini kami ikut <i>event Trade Expo</i> ini dan dibawah bimbingan kementerian pertanian	Ada	Ada
11.	Jika iya apa saja yang menjadi pembeda dari tahun sebelumnya ?			
	-	-	perbedaan nya dari tahun sebelumnya kalau tahun lalu tidak membuat <i>booth</i> seperti sekarang para <i>buyer</i> tidak bisa langsung kontak sama kita tidak bisa melihat produk kita secara langsung, pada tahun ini lebih <i>better</i> di tahun lalu acaranya <i>online via zoom</i> hanya drop kontak person <i>via chat zoom</i> saja, tahun sekarang lebih <i>better</i>	Perbedaan jelas ada yang sebelumnya ada juga <i>event</i> dalam negeri namun untuk strategi komunikasinya kurang maksimal sehingga pengujung juga menjadi kurang maksimal namun di <i>event trade</i> ini strategi komunikasi pemasarannya cukup maksimal pertanyaan tambahan 11a. Untuk tahun sebelumnya kenapa menurut kakak strategi komunikasinya kurang <i>maximal</i> ? dan apa yang menjadi komunikasi ditahun sekarang cukup <i>maximal</i> ? Jawaban : menurut saya untuk tahun sebelum nya kurang maksimal karena di tahun lalu informasi terkait <i>event</i> masih

No.	Wawancara dengan Narasumber Exhibitor			
	Kak Yova (DEKRANASDA DKI Jakarta)	Kak Arifah (Arum Ayu)	Kak Reyhan (Halal Hub Gorita)	Mbak Dwi dan Mbak Anis (Kalyana Pramesew)
				sangat minim untuk tersebar, sedangkan untuk tahun ini informasi didapatkan cukup jelas 11b. apakah kakak pernah melihat spanduk, brosur, atau iklan -iklan tentang Trade baik untuk datang sebagai pengunjung maupun penawaran jadi exhibitor ? kalau pernah melihat dimana dan dalam bentuk apa kak ? Jawaban : Pernah, pernahmelihat di sosial media Instagram berupa feeds maupun postingan
12.	Menurut bapak/ Ibu apakah <i>Event Trade Expo Indonesia 2022</i> berhasil ?apakah strategi komunikasi pemasarannya berhasil ?			
	Berhasil, cukup berhasil karena produk yang dibawa habis semua tidak perlu membawa barang kembali	Menurut aku berhasil karena banyak pengunjung dari negara lain yang sangat tertarik dengan berbagai produk dari Indonesia seperti yang sudah aku sebutkan tadi seperti : rempah – rempah dan bahan baku	berhasil karena banyak business matching yang terjadi dan menguntungkan banyak pihak, secara juga <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> sudah menjadi acara tahunan yang mengumpulkan banyak pelaku bisnis	ya menurut saya cukup berhasil yang bisa dilihat dari aspek hubungan kerjasama setelah mengikuti <i>event</i> ini

Lampiran 4 Tabel wawancara dengan pengunjung (Informan)

Wawancara Narasumber Pegujung				
No.	Kak Ismi <i>DM Instagram</i> @uci829	Kak Tama <i>Dm Instagram</i> @Tamahanitulanabama	Kak Veno <i>Dm Instagram</i> @menoven_11	Kak Randi <i>Whatsapp</i> <i>Messenger</i> 081295842924
1.	Kenapa Bapak/ Ibu mau berkunjung ke acara <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> di era new normal?			
	Karena setelah sekian lama <i>event</i> dibatasi, akhirnya ada <i>event</i> menarik di ICE BSD kami memutuskan untuk berkunjung mengisi liburan di <i>weekend</i>	Untuk melihat bagaimana <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> yang juga diadakan secara <i>offline</i> setelah 2x <i>online</i>	Karena ingin menambah wawasan perihal komoditas yang diperuntukkan untuk <i>expor</i> dan mencari tahu buyer darimana saja yang ada di <i>Trade Expo</i>	Jadi kami ingin berkunjung di <i>Trade Expo</i> karena kami adalah salah satu <i>team trader company</i> yang bernama PT. Villames, <i>Trade Expo</i> disana menyediakan wadah yang sangat besar untuk kami bisa bereksplorasi dan mengembangkan usaha kami
2.	Tujuan kakak berkunjung ke acara <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> di era new normal itu buat apa ?			
	Lebih ke menambah wawasan akan produk produk yang disajikan dan di promosikan dalam <i>event</i>	Untuk mencari <i>buyer</i> dan <i>supplier</i> baru	Tujuannya saya ingin mencari tau tentang produk dan <i>buyer</i>	Tujuan kami berkunjung adalah untuk mengembangkan usaha kami dibidang <i>ekspor</i> rempah, kami sebenarnya memiliki <i>booth</i> disana dan kami juga melakukan <i>display</i> barang dan tujuan kami tentunya untuk mencari dan bisa melakukan tekan kontrak dengan pembeli luar negeri
3.	Bagaimana kakak mendapatkan info dari mana mengenai acara trade expo Indonesia 2022?			
	Instagram Pertanyaan tambahan Apakah kakak pernah melihat semacam spanduk	Dari <i>Instagram ads</i> dan dari rekan – rekan sejawat serta dari pemerintah Pertanyaan tambahan	Saya mendapatkan informasi dari akun <i>Instagram Indonesia esport channel</i> melalui postingan <i>story</i> nya	Kami melihat di sosial media yang tersedia seperti <i>website</i> dan Instagram, serta melihat brosur

Wawancara Narasumber Pegujung				
No.	Kak Ismi <i>DM Instagram</i> @uci829	Kak Tama <i>Dm Instagram</i> @Tamahanitulanabama	Kak Veno <i>Dm Instagram</i> @menoven_11	Kak Randi <i>Whatsapp</i> <i>Messenger</i> 081295842924
	<p>atau poster sebelum atau pas acara ? baik sepanjang jalan BSD maupun ditempat lain ?</p> <p>Jawab : pas acara ada spanduk nya kalo gak salah di dekat daerah mau ke ICE BSD</p> <p>Pertanyaan tambahan</p> <p>Apakah kakak setelah mendaftar dan mendapat barcode untuk masuk ke <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> menerima semacam pesan untuk <i>reminder</i> datang ke <i>event</i> ?</p> <p>Jawab : dapat pesan melalui <i>email</i> sebanyak 3 kali</p>	<p>Selain menggunakan sosial media <i>dan word of mouth</i> apakah kk pernah melihat di media lain seperti spanduk, brosur, dan sebagainya, jika melihat ada dimana dan seperti apa?</p> <p>Jawab : untuk media lain, jika dikota saya berada di Malang tidak ada, baru ketika saya tiba di BSD H-1 acara, saya melihat ada spanduk di jalan</p> 		<p>yang terpanjang di jalan mendapatkan informasi dari platform Instagram</p> <p>Pertanyaan tambahan</p> <p>Melihat brosur yang terpanjang di jalan itu ada disekitar daerah mana ?</p> <p>Jawab : kami melihat brosur yang terpanjang di daerah JABABEKA di Cikarang</p>
4.	Apakah ada kendala dalam berkunjung ke <i>event trade expo</i> ?			
	Tempat duduknya penuh banget terutama untuk makan, ada beberapa stand yang memang menarik, namun karena yang jaga <i>stand</i> tidak ramah jadi enggan buat berkunjung	tidak ada	Sebagai visitor saya terkendala dalam cara berkomunikasi dengan pengusaha luar negeri	kami hanya terkendala di alat transportasi yang kami ingin gunakan untuk ke <i>vanue trade expo</i> karena tempatnya yang cukup jauh
5.	Apa saja yang didapat setelah datang dia acara <i>event trade expo Indonesia 2022</i> ?			
	Tentunya pengalaman baru ya, dan kita bisa mendapat link	Koneksi baru, informasi baru terkait market yang saya bidik dan <i>insight</i> terhadap <i>ekspor</i> dikala	Tentu saja wawasan yang saya dapat untuk meneruskan jalan	Kami mendapatkan banyak banget pembelajaran seperti bagaimana cara berkomunikasi

Wawancara Narasumber Pegujung				
No.	Kak Ismi <i>DM Instagram</i> @uci829	Kak Tama <i>Dm Instagram</i> @Tamahanitulanabama	Kak Veno <i>Dm Instagram</i> @menoven_11	Kak Randi <i>Whatsapp</i> <i>Messenger</i> 081295842924
		pandemic	saya dibidang <i>ekspor</i> ini	dengan orang lain, bagaimana membuat produk agar bisa menarik, dan bagaimana prosedur dalam <i>ekspor</i>
6.	Strategi komunikasi pemasaran seperti apa yang bapak/ ibu alami yang dilakukan oleh penyelenggaraan <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> dalam meningkatkan pengunjung di era new normal ?			
	Promosi lewat sosmed, dan pastinya saat acara banyak yang <i>stand – stand</i> yang menawarkan dagangan nya secara langsung.	Menggunakan sosial media dan <i>word of mouth</i> dari berbagai pemerintah baik dari skala pemkot, pemprov, maupun pusat Pertanyaan tambahan Apakah setelah kk mendaftar dan mendapatkan barcode <i>e-tiket</i> nya apakah kk mendapatkan pesan reminder untuk datang ke acara ? baik melalui Whatsapp, email, maupun media lain ? jika iya berapa kali pihak penyelenggara <i>follow up reminder</i> nya ? Jawab : ya saya mendaftar via <i>website</i> , namun seingat saya tidak ada reminder baik whatsapp maupun dari media lain, saya kebetulan tidak memperhatikan email kala itu	Mungkin jika begitu demikian saya akan menarik orang orang pentik berpengaruh untuk menarik saya Tarik masyarakat Pertanyaan tambahan apakah kk pernah melihat promosi media cetak <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> ? jawab : saya hanya mengetahui dari postingan story Indonesia export channel	Kami mengetahui strategi cara penjualan secara B2B dengan efektif Pertanyaan tambahan Apakah kk mendapatkan semacam pesan reminder untuk hadir di acara <i>trade expo Indonesia</i> ? Baik melalui <i>email</i> , <i>whatsapp</i> maupun media lain? Jawaban : ketika sudah mendaftar akan ada <i>reminder</i> dan <i>follow up</i> dari pihak <i>Trade Expo</i>
7.	Apakah bapak/ ibu mengetahui siapa saja yang menjadi target pengunjung di <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?			
	Menurut saya, semua kalangan ya mulai dari para	Untuk target pengunjung yang utama buyer baik dari lokal	Tentunya para pengusaha dibidang <i>ekspor</i>	Untuk target tersendiri kami simpulkan

Wawancara Narasumber Pegujung				
No.	Kak Ismi <i>DM Instagram</i> @uci829	Kak Tama <i>Dm Instagram</i> @Tamahanitulanabama	Kak Veno <i>Dm Instagram</i> @menoven_11	Kak Randi <i>Whatsapp</i> <i>Messenger</i> 081295842924
	anak – anak, remaja hingga prang tua yang dimana terdapat juga stand bagian tertentu juga menjual kerajinan tangan untuk anak kecil, hingga makanan – makanan.	maupun dari luar negeri	dan serta <i>buyer – buyer</i> dari berbagai macam negara	tergantung dengan produk apa yang akan dijual karena setiap produk memiliki target penjualan tersendiri sesuai dengan harga pasar dan kategorinya
8.	Menurut bapak/ ibu apa saja yang menjadi kelebihan dari <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?			
	Kelebihannya menghadirkan orang-orang penting dari kementerian terkait dan pastinya menjadi Daya Tarik tersendiri	<i>Buyer</i> yang berani datang cukup banyak juga meski masih ada covid	Menjadi ajang <i>branding event Indonesia</i>	Kelebihannya sangat banyak karena dapat memberikan wadah yang besar kepada perusahaan – perusahaan dan <i>start up company</i> di Indonesia untuk bisa menjalin dan mengespor lebih baik lagi
9.	Menurut bapak/ ibu apa saja kekurangan dalam menyelenggarakan <i>event Trade Expo Indonesia 2022</i> ?			
	Kurang lama acaranya	EO yang baru seperti nya masih kurang baik dalam handle acara, lalu penataan timetable yang agak kurang rapih, informasi schedule untuk acara selain <i>expo</i> (seminar dll) tidak rapih, antrian acara tidak pernah rapih, sehingga terkesan chaos	Kurangnya ada pembelajaran bagi visitor mengenai prosedur ekspor dari pihak penyelenggara	Kekurangannya hanya ada di jarak yang cukup jauh dari pusat kota
10.	Menurut bapak/ ibu apakah ada perbedaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dari <i>event</i> sebelumnya ?			
	Tidak tahu, karena belum pernah mengikuti <i>Trade Expo Indonesia</i> ditahun sebelumnya	Iya	Belum tahu karena saya baru pertama kali menjadi visitor pada tahun ini	Kami baru pertama kali

Wawancara Narasumber Pegujung				
No.	Kak Ismi <i>DM Instagram</i> @uci829	Kak Tama <i>Dm Instagram</i> @Tamahanitulanabama	Kak Veno <i>Dm Instagram</i> @menoven_11	Kak Randi <i>Whatsapp</i> <i>Messenger</i> 081295842924
11.	Jika iya apa saja yang menjadi pembeda dari tahun sebelumnya ?			
	Tidak tahu, karena belum pernah mengikuti <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> di tahun sebelumnya	Lebih vokal sepertinya untuk pemasaran akan acara <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> ini, baik via digital maupun konvensional Pertanyaan tambahan Seperti apa kak vocal nya ? bisa tolong dijelaskan? Untuk <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> ini saya sangat sedikit mendengar pemberitaan maupun <i>rundown</i> komplit acaranya, sangat sulit mencari informasi juga tentang acara di tahun ini dibandingkan tahun-tahun sebelumnya bagi saya pribadi	Untuk hal tersebut saya belum mengetahui, karena ini <i>event expo</i> saya pertama kali di bidang <i>trade</i> yang saya ikuti	Mungkin yang menjadi pembeda di tahun sebelumnya adalah ditahun 2022 lebih banyak peminat dan lebih banyak yang ikut berkontribusi dari <i>event</i> sebelumnya
12.	Menurut bapak/ Ibu apakah <i>Event Trade Expo Indonesia</i> berhasil ?apakah strategi komunikasi pemasarannya berhasil ?			
	menurut saya <i>event</i> nya berhasil ya, karena banyak serangkaian acara yang menarik, saya juga sempat ikutan acara seminar nya kalau dari segi saya pengujung dan lihat info dari Instagram, memang dari para calon pengujungnya harus update info rangkaian acaranya apa saja dan ada apa saja, selebihnya	meihat dari pandemik, <i>Trade Expo Indonesia 2022</i> ini bagi saya cukup sukses, namun dengan catatan ada banyak hal yang masih perlu diperbaiki terutama agar tidak chaos	menurut saya cukup berhasil karena sudah mendatangkan target pengujung terutama buyer dan pengusaha – pengusaha serta visitor yang dapat hadir pada <i>event</i> tersebut, strategi pemasarannya dapat dikatakan berhasil karena bisa menjadi jembatan untuk pengusaha asing	iya berhasil, banyak eksportir yang telah melakukan tanda tangan kontrak dengan para <i>buyer</i> luar negeri

Wawancara Narasumber Pegujung				
No.	Kak Ismi <i>DM Instagram</i> @uci829	Kak Tama <i>Dm Instagram</i> @Tamahanitulanabama	Kak Veno <i>Dm Instagram</i> @menoven_11	Kak Randi <i>Whatsapp</i> <i>Messenger</i> 081295842924
	<p>mungkin kalau orang yang jarang buka Instagram tidak tahu ya, bisa cari info dimana atau sosmed lain karena tidak semua orang update sosmed lain dan mungkin perlu diwajibkan semua UMKM atau pihak terkait ngetag atau banyak- banyak share <i>event</i> ini buat selanjutnya atau jaman sekarang emang perlu juga kali ya <i>collab</i> dengan <i>influencer-influencer</i> buat <i>ngeshare</i> diberbagai sosmed.</p>			

Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian



(Foto bersama pak bintang untuk wawancara)



(Foto bersama pak bintang di *Event Trade Expo Indonesia 2022*)



(Landmark Event Trade Expo Indonesia 2022)



(Pembagian Zona Event Trade Expo Indonesia 2022)

(Panel *Trade Expo Indonesia 2022*)





*(Stand Blockchain Technologi
Event Trade Expo Indonesia
2022)*



*(Stand Exhibitor Pavilion
Game Event Trade Expo
Indonesia 2022)*



*(Stand bazar FINNA Event Trade
Expo Indonesia 2022)*



(Stand Bazar Umkm Kota Tangerang)



(Stand Bazar UMKM Kota Tangerang Selatan *Event Trade Expo Indonesia 2022*)



(Foto Bersama kak Reyhan dari UMKM Halal Hub Goorita)

(Foto Bersama kak Arifah dari Arum Ayu)



(foto bersama kak dewi dari kalyana pramsew)

Cuplikan acara Jakarta Muslim Week Jakarta



(Cuplikan acara pameran pangan dan kuliner nusantara 2022)





(Berita Kompas)

Sumber : Peneliti



(Berita Metro TV)

Sumber : Peneliti



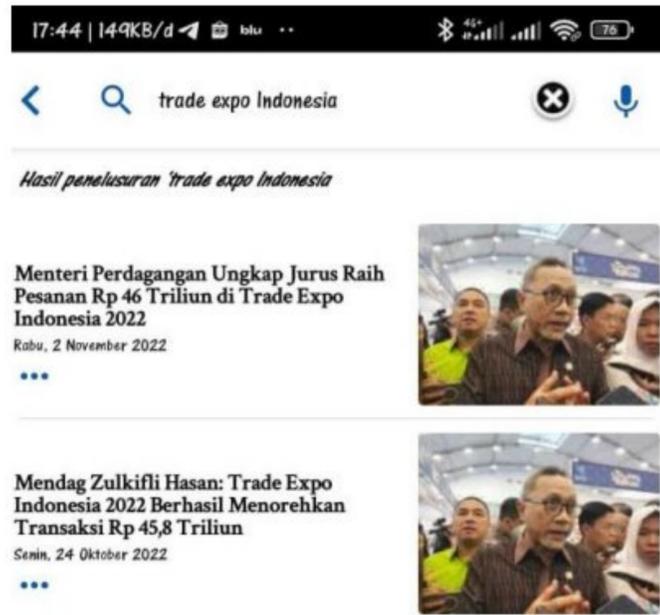
(Berita CNN Indonesia)

(sumber : Dokumentasi Peneliti)



(Pemberitaan *TribunNews*)

(Sumber : dokumentasi peneliti)



(Berita di *website* dan aplikasi Tribun News)

(Sumber : Dokumentasi Peneliti)



Pemberitaan televisi pembukaan Trade Expo Indonesia 2022)

Sumber : Dokumentasi Narasumber



(Pemberitaan Televisi pembukaan *Trade Expo Indonesia 2022*)

(Sumber : Dokumentasi Narasumber)



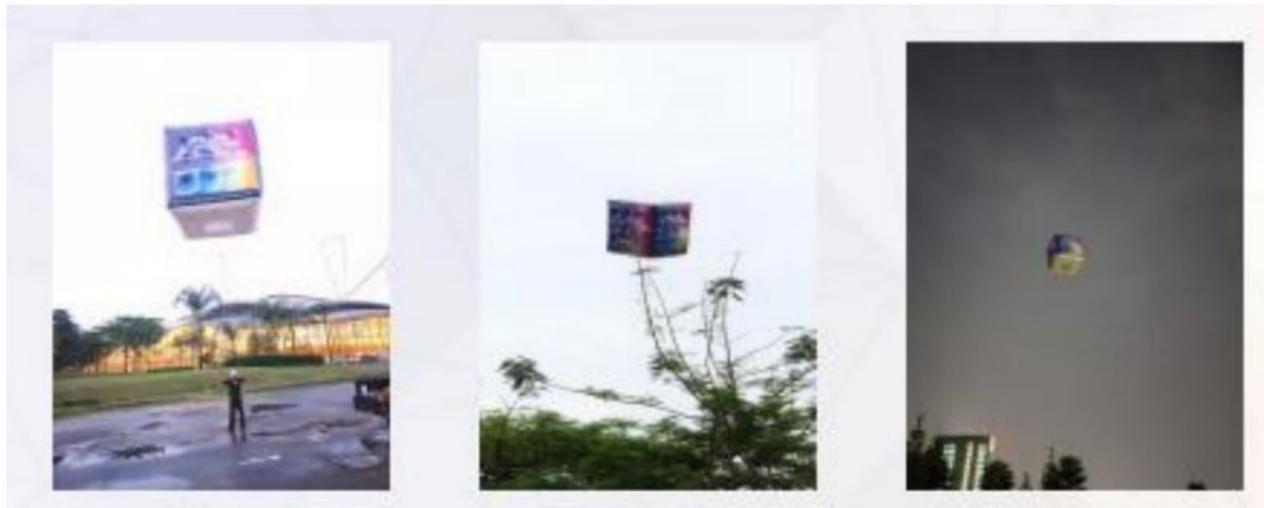
(Penyiaran radio di Elshinta dan Smart TV)

(sumber : Dokumentasi Narasumber)



(Spanduk *Trade Expo Indonesia 2022*)

(Sumber : Dokumentasi Peneliti)



(Balon Udara *Trade Expo Indonesia 2022*)

(Sumber : Dokumentasi Narasumber)



(Brosur Trade Expo 2022)

(Sumber : Dokumentasi peneliti)



(Baliho Trade Expo Indonesia 2022)

(sumber : Dokumentasi Narasumber)



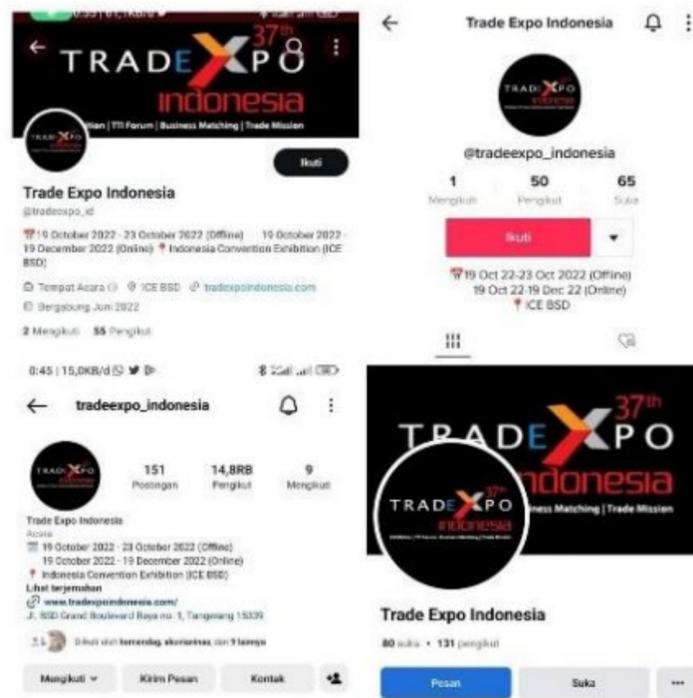
(Billboard Trade Expo Indonesia 2022)

(Sumber : Dokumentasi Narasumber)



(Sticker Kaca di Gedung Kementerian Perdagangan)

(sumber : Dokumentasi Narasumber)



(Sosial media *Trade Expo Indonesia* 2022)

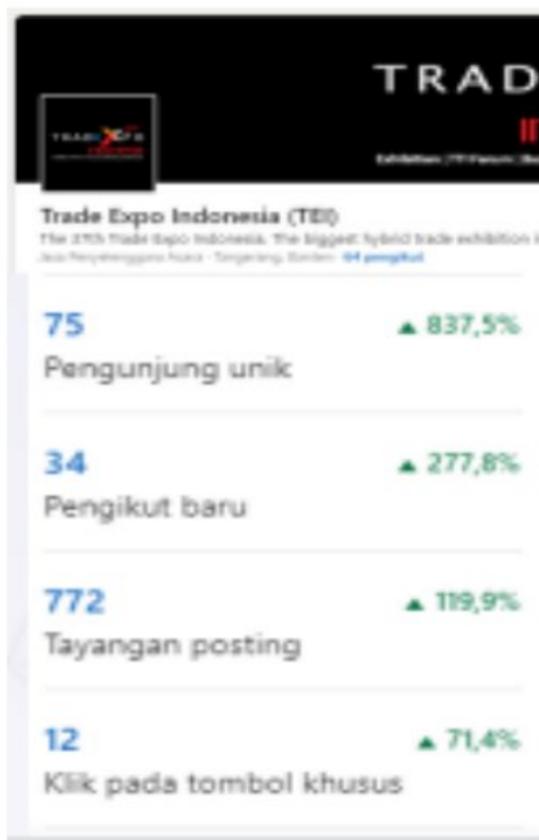
(Sumber : dokumentasi peneliti)



Laporan interaksi *Instagram*

Trade Expo Indonesia 2022

(Sumber : Dokumentasi Narasumber)



(Linkeind Trade Expo Indonesia 2022)

(Sumber : Dokumentasi Narasumber)



(E-ticket daftar online)

Sumber : Dokumentasi peneliti



(Counter Self Registration)

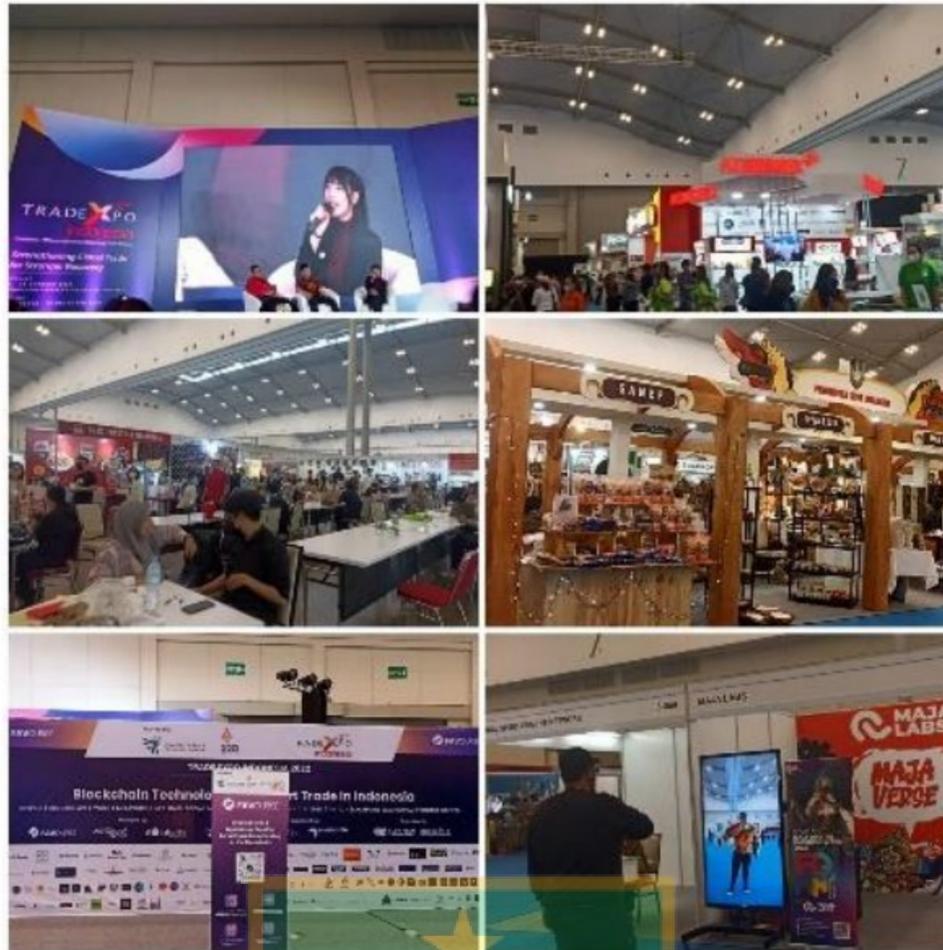
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Day/Date	Time	Agency	Workshop/Forum
Wednesday, 19 Oct 2022	10:00 - 13:30	Changchun Consulate	Workshop for
13:00 - 16:30	Trade Tourism Ambassador Forum "Accelerating Economic Recovery through Trade, Tourism and Investment"	Indonesian Trade	Indonesian Trade
13:00 - 17:30	Business and Consulate Meeting with Los Angeles	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
13:00 - 20:30	MCI Signing Session	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
13:00 - 20:30	Colombia Signing	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
Thursday, 20 Oct 2022	09:30 - 13:00	International Seminar on Financing Export Trade for Economic Recovery	Canada CA, US, SA, GB
09:30 - 12:00	Business Forum on Investment, Trade, and E-commerce Prospects by Japanese Companies	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
09:30 - 12:00	Indonesia-Bangladesh Business Forum	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
09:30 - 23:00	Delegation Meeting	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
09:30 - 23:00	Min. Signing from Tokyo, Canada	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
14:30 - 18:00	Signing an Direct Connectivity Initiative - Indo	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
Friday, 21 Oct 2022	09:30 - 12:00	Business Consulting in Japan Asia, Asia 2, Africa, Middle East, USA and Europe	Canada CA, US, SA, GB
09:30 - 11:30	Regional E-commerce Forum	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
09:30 - 23:00	MCI Signing on Friday Morning	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
09:30 - 23:00	Business Meeting	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
14:30 - 17:00	Signing of Memorandum of Understanding	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
Saturday, 22 Oct 2022	09:30 - 12:00	Signing of MOU with the Ministry of Trade	Canada CA, US, SA, GB
09:30 - 12:00	Min. Signing from Tokyo, Canada	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
09:30 - 23:00	Delegation Meeting	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB
13:00 - 16:30	Consultation Forum on How to Export to Canada	Canada CA, US, SA, GB	Canada CA, US, SA, GB

Day/Date	Stage Location	Time	Page
Wednesday, 19 Oct 2022	Stage 1 (Hall 8.01)	10:00 - 13:00	Workshop by Indonesian Association of Young Entrepreneurs (IAYE)
13:00 - 16:00	Workshop by IAYE	13:00 - 16:00	Workshop by IAYE
16:00 - 19:00	Workshop by IAYE	16:00 - 19:00	Workshop by IAYE
Thursday, 20 Oct 2022	Stage 1 (Hall 8.01)	09:30 - 12:00	Workshop by Indonesian Association of Young Entrepreneurs (IAYE)
12:00 - 15:00	Workshop by IAYE	12:00 - 15:00	Workshop by IAYE
15:00 - 18:00	Workshop by IAYE	15:00 - 18:00	Workshop by IAYE
Friday, 21 Oct 2022	Stage 1 (Hall 8.01)	09:30 - 12:00	Workshop by Indonesian Association of Young Entrepreneurs (IAYE)
12:00 - 15:00	Workshop by IAYE	12:00 - 15:00	Workshop by IAYE
15:00 - 18:00	Workshop by IAYE	15:00 - 18:00	Workshop by IAYE
Saturday, 22 Oct 2022	Stage 1 (Hall 8.01)	09:30 - 12:00	Workshop by Indonesian Association of Young Entrepreneurs (IAYE)
12:00 - 15:00	Workshop by IAYE	12:00 - 15:00	Workshop by IAYE
15:00 - 18:00	Workshop by IAYE	15:00 - 18:00	Workshop by IAYE

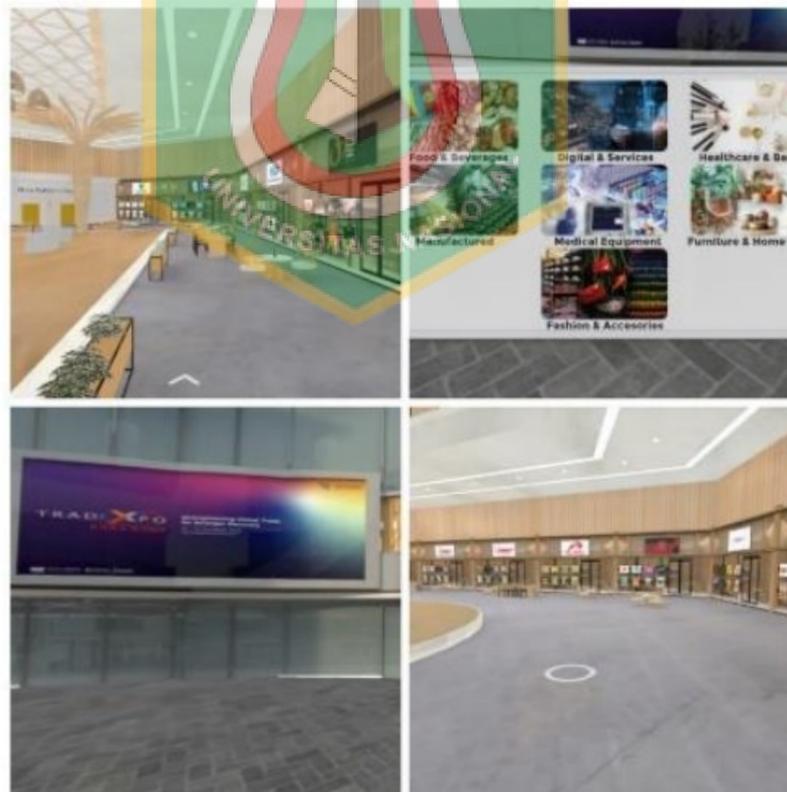
(Rangkaian susunan acara visitor dan buyers/ exhibitor

sumber : (Cittyneonindo, n.d.)



(Pameran Offline)

Sumber : Dokumentasi peneliti



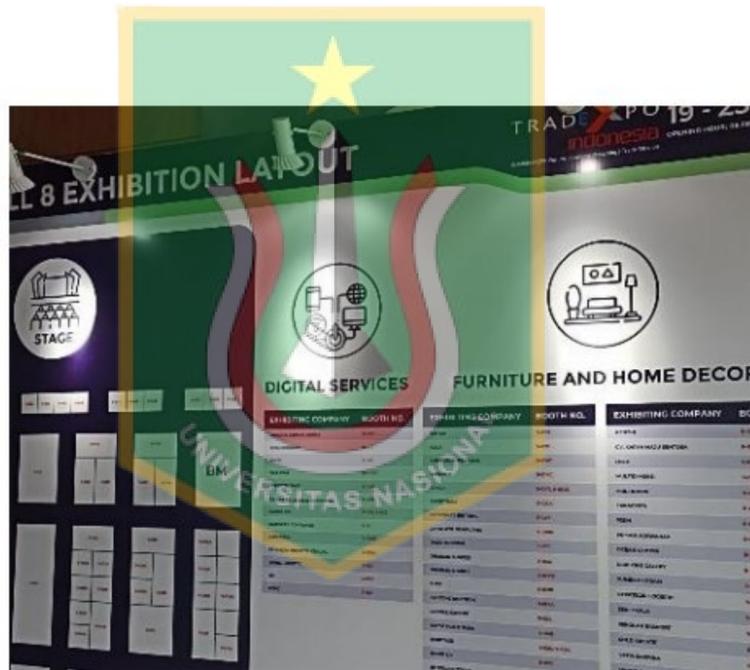
(Pameran Online)

Sumber : Dokumentasi peneliti



(Exhibition Layout all hall)

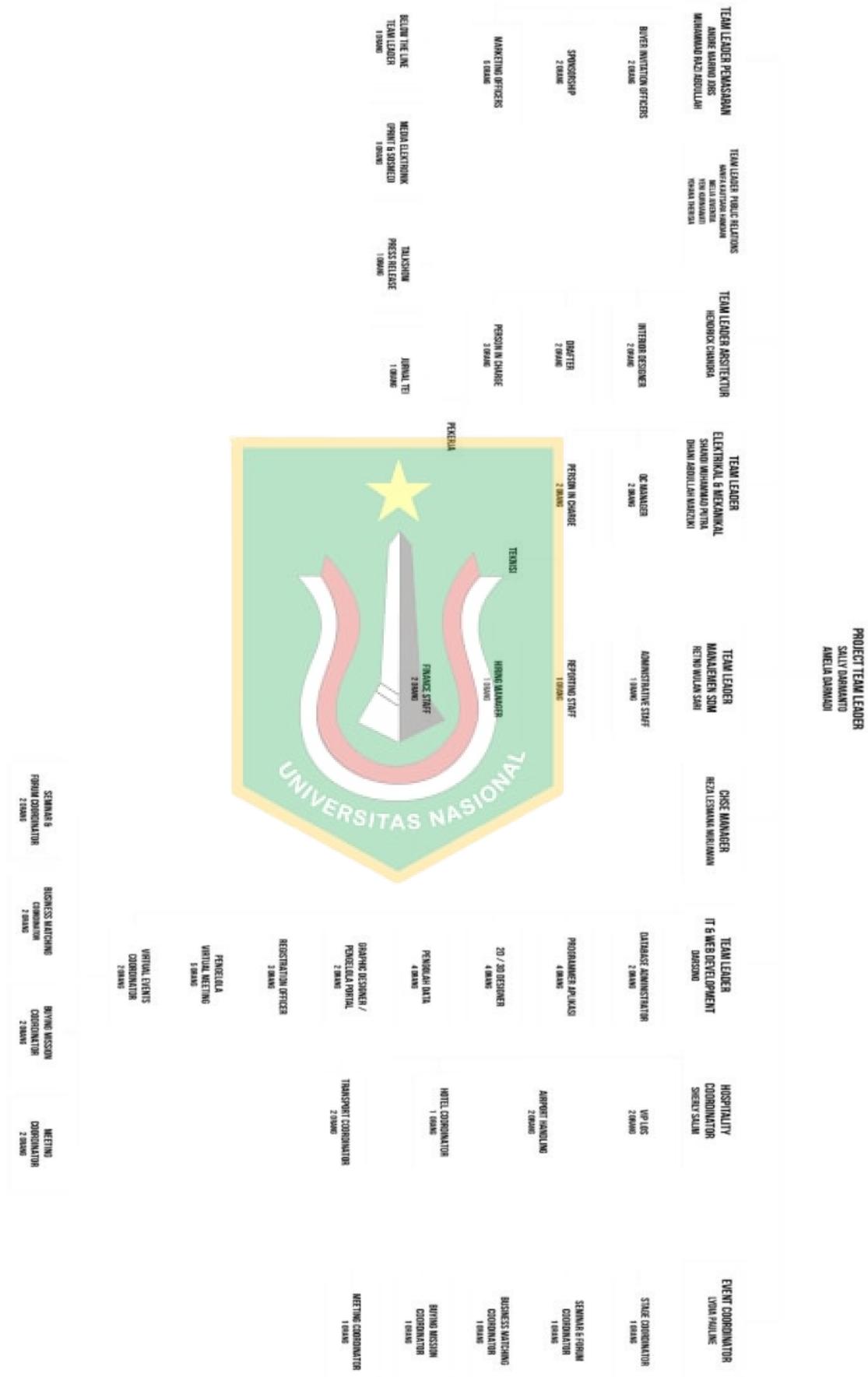
(sumber : Dokumentasi peneliti)



(Hall 8 Exhibition Layout)

(Sumber: Dokumentasi peneliti)

Lampiran 6 Panitia Pra Event



Lampiran 7 Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI : SI - MANAJEMEN, SI - AKUNTANSI, DAN SI - PARIWISATA
Jl. Sawo Mania No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting)
Fax. 7802718, 7802719 Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : febunas49@gmail.com

Nomor : 430/Riset/D/FEB/X/2022
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Riset

Kepada : Yang Terhormat:
Bapak/ Ibu Pimpinan,
Penyelenggara Acara
Trade Expo
Indonesia Convention Exhibition
Mezzanine Floor
(Ice BSD)

Dengan hormat,

Schubungan dengan tugas penulisan skripsi bagi mahasiswa semester akhir, kami mohon izin pada Bapak/Ibu agar memberikan akses untuk informasi/data yang diperlukan mahasiswa berikut:

Nama mahasiswa : Alin Tasya Nurhanifah
Tempat/tanggal lahir : Jakarta, 17 Agustus 2001
Nomor Pokok/NIM : 193404516007
Program Studi : Pariwisata
Konsentrasi : Event
Jenjang Pendidikan : S1
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Event Trade Expo Indonesia 2022 Dalam Meningkatkan Pengunjung di Era New Normal Ice BSD Tangerang Selatan
Alamat : Jl. H. Simin RT.007/RW.009 NO.8A Rengas, Kec. Ciputat Timur
Telepon : 089563585726

Perlu kami jelaskan, bahwa data dan informasi yang diperoleh akan dipergunakan untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan dan tidak untuk dipublikasikan.

Atas diterimanya permohonan ini serta kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Palasa, 17 Oktober 2022
Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kurnia Wigowisciso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.

Tembusan :
- Arsip.

Lampiran 8 Lembar Bimbingan



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Program Studi : S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata

Jl. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193404516007
Nama : ALIN TASYA NURHANIFAH
Program Studi : Pariwisata
Konsentrasi : Event in Tourism Industry

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
2 November, 2022	bimbingan hari pertama	Sudah Ditanggapi
2 November, 2022	revisi bab 1 alin	Sudah Ditanggapi
2 November, 2022	revisi bab 1 dan bab 2	Sudah Ditanggapi
2 November, 2022	bab 3 allin	Sudah Ditanggapi
2 November, 2022	revisi bab 3 alin	Sudah Ditanggapi
9 November, 2022	revisi bimbingan pak gagih	Sudah Ditanggapi
9 November, 2022	rivisi bab 3	Sudah Ditanggapi
9 November, 2022	revisi terakhir	Sudah Ditanggapi
9 November, 2022		Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
27 January, 2023	membuat pertanyaan untuk wawancara	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
27 January, 2023	revisi pertanyaan wawancara	Sudah Ditanggapi
27 January, 2023	konsultasi bimbingan bab 4	Sudah Ditanggapi
27 January, 2023	revisi bab 4	Sudah Ditanggapi
27 January, 2023	revisi bab 4	Sudah Ditanggapi
27 January, 2023	revisi bab 4	Sudah Ditanggapi
27 January, 2023	bab 5	Sudah Ditanggapi
27 January, 2023	revisi bab 5	Sudah Ditanggapi



Lampiran 9 Cek Turnitin (Plagiasi)

TA

ORIGINALITY REPORT

20%
SIMILARITY INDEX

20%
INTERNET SOURCES

5%
PUBLICATIONS

10%
STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

7%

★ 123dok.com

Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches Off

