

**STRATEGI PERENCANAAN DAN PELAKSANAAN *EVENT*
UNTUK MENINGKATKAN USAHA HERBAL DI KAMPUNG
NAGAJAYA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

JEREMIAH KURIAKE MALCOLM BUDIANG

0000055493

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**STRATEGI PERENCANAAN DAN PELAKSANAAN *EVENT*
UNTUK MENINGKATKAN USAHA HERBAL DI KAMPUNG
NAGAJAYA**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

JEREMIAH KURIAKE MALCOLM BUDIANG

00000555493

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jeremiah Kuriake Malcolm Budiang

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055493

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Karya dengan judul:

STRATEGI PERENCANAAN DAN PELAKSANAAN EVENT UNTUK MENINGKATKAN USAHA HERBAL DI KAMPUNG NAGAJAYA

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 Desember 2024



Jeremiah Kuriake Malcolm Budiang

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Karya ilmiah dengan judul

STRATEGI PERENCANAAN DAN PELAKSANAAN EVENT UNTUK MENINGKATKAN USAHA HERBAL DI KAMPUNG NAGAJAYA

Oleh
Nama : Jeremiah Kuriake Malcolm Budiang
NIM : 00000055493
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

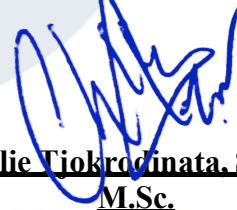
Telah diujikan pada hari rabu, 8 Januari 2024
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Tarrence Karmelia Kontessa,
S.Sos., M.Si.
NIDN 0302077104

Penguji



Charlie Tjokrodinata, S.Kom.,
M.Sc.
NIDN 0324098002

Pembimbing



Drs. Asep Sutresna, M.A.
NIDN 0307126303

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Andgrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jeremiah Kuriake Malcolm Budiang
NIM : 00000055493
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : STRATEGI PERENCANAAN DAN
PELAKSANAAN EVENT UNTUK MENINGKATKAN USAHA HERBAL di
KAMPUNG NAGAJAYA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
- Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 16 Desember 2024


Jeremiah Kuriake Malcolm Budiang

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan juga rahmat serta karunia yang diberikan, sehingga penulisan dan juga penyusunan tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik dan juga tepat waktu. Tugas akhir yang disusun merupakan salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan program studi yang telah ditempuh, serta bertujuan untuk memperdalam pemahaman yang

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, Ph.D., M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Drs. Asep Sutresna, M.A. selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Ibu Maria Endah Wahyu Utami selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Bapak Anis Faisal Reza dan Ibu Resti Yuliani selaku pembimbing lapangan selama pembuatan karya di Bayah, Lebak Selatan.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Patricia Lorena, Claurinda Clarissa, Lily Erniana, Levita Chen, dan Juan Andreas sebagai teman sekelompok JAHERA (Jelajahi Herbal Nusantara) yang telah membantu selama proses produksi karya dan penulisan skripsi.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 16 Desember 2024



Jeremiah Kuriake Malcolm Budiang



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI PERENCANAAN DAN PELAKSANAAN EVENT UNTUK MENINGKATAN USAHA HERBAL DI KAMPUNG NAGAJAYA

Jeremiah Kuriake Malcolm Budiang

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan potensi bencana alam yang signifikan, terutama gempa bumi akibat posisinya di Cincin Api Pasifik. Daerah Lebak Selatan, termasuk Kampung Nagajaya, memiliki risiko *megathrust* yang membutuhkan mitigasi bencana yang terintegrasi. Sayangnya, masyarakat Kampung Nagajaya memiliki ekonomi yang rendah dan tidak memiliki ketahanan pangan dan memiliki mitigasi dan resiliensi yang rendah serta belum menyadari potensi pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha herbal agar mendukung ketahanan masyarakat pascabencana dalam sisi ekonomi dan ketahanan pangan. Seminar bertajuk "*Pemanfaatan Digital Marketing*" dirancang sebagai upaya untuk memberikan edukasi dan meningkatkan kesadaran akan potensi ini. Teori Goldblatt dijadikan acuan dalam merancang seminar edukatif yang mencakup lima langkah penting dalam penyelenggaraan acara. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pemasaran *digital* dan potensi pemasaran digital dalam mengembangkan usaha herbal setelah mengikuti seminar. Namun, tantangan seperti rendahnya pemahaman terhadap materi baru dan gangguan eksternal mengindikasikan perlunya pendekatan berkelanjutan. Secara keseluruhan, seminar ini berperan signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang potensi usaha herbal sekaligus mendukung keberlanjutan ekonomi lokal sebagai bagian dari mitigasi bencana yang tangguh. Hal ini dibuktikan dengan hasil *pre-test* dan *post-test*, di mana sebanyak 75% peserta mulai menyadari peluang usaha herbal yang dapat dipasarkan secara digital, sehingga memberikan dampak positif dalam mempersiapkan ketahanan ekonomi pascabencana.

Kata Kunci: Bencana Alam, Mitigasi Bencana, Pemasaran Digital, Seminar Pemanfaatan *Digital Marketing*.

EVENT PLANNING STRATEGY TO INCREASE HERBAL BUSINESS IN THE VILLAGE NAGAJAYA

Jeremiah Kuriake Malcolm Budiang

ABSTRACT

Indonesia is a country with significant potential for natural disasters, especially earthquakes due to its position on the Pacific Ring of Fire. The South Lebak area, including Nagajaya Village, is at risk of megathrusts that require integrated disaster mitigation. Unfortunately, the people of Nagajaya Village have a low economy and do not have food security and have low mitigation and resilience and are not yet aware of the potential of digital marketing that can be utilized to develop herbal businesses to support post-disaster community resilience in terms of economy and food security. The seminar entitled "Utilization of Digital Marketing" was designed as an effort to provide education and increase awareness of this potential. Goldblatt's theory was used as a reference in designing an educational seminar that included five important steps in organizing the event. The results of the study showed an increase in public understanding of digital marketing and the potential of digital marketing in developing herbal businesses after attending the seminar. However, challenges such as low understanding of new materials and external interference indicate the need for a sustainable approach. Overall, this seminar played a significant role in increasing public awareness and knowledge about the potential of herbal businesses while supporting the sustainability of the local economy as part of resilient disaster mitigation. This is proven by the results of the pre-test and post-test, where as many as 75% of participants began to realize the business opportunities for herbal products that can be marketed digitally, thus providing a positive impact in preparing for post-disaster economic resilience.

Keywords: Natural Disasters, Disaster Mitigation, Digital Marketing, Digital Marketing Utilization Seminar.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya.....	5
1.3 Kegunaan Karya.....	5
1.3.1 Kegunaan Akademis.....	6
1.3.2 Kegunaan Praktis.....	6
1.3.3 Kegunaan Sosial	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Referensi Karya.....	7
2.2 Landasan Konsep	18
2.2.1 Perencanaan Komunikasi.....	18
2.2.2 Event.....	19
2.2.3 Kewirausahaan.....	23
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	25
3.1 Tahapan Pembuatan	25
3.1.1 Metode Pengumpulan Data	25
3.1.2 Metode Perancangan Karya.....	25
3.2 Rencana Anggaran	30
3.3 Lini Masa Karya.....	31
3.4 Target Luaran/Publikasi/HKI	31
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	33
4.1 Strategi Perancangan	33

4.1.1 Strategi Perancangan Karya Berdasarkan Pengumpulan Data	33
4.1.2 Perancangan Karya	41
4.2 Implementasi Karya	59
4.2.1 Implementasi Karya <i>Event</i>	59
4.3 Realisasi Anggaran.....	86
4.4 Evaluasi	86
4.4.1 <i>Post-Test</i>	87
BAB V KESIMPULAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	102
5.2.1 Saran Akademis.....	102
5.2.2 Saran Praktis	103
5.2.3 Saran Sosial	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	107



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya	8
Tabel 3.1 SWOT <i>Analysis</i>	26
Tabel 3.2 Rencana Anggaran.....	30
Tabel 3.3 Lini Masa	31
Tabel 4.1 Realisasi Anggaran	86



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Gempa Indonesia	1
Gambar 1.2 Fakta <i>Megathrust</i>	3
Gambar 2.1 Planning Effective Event.....	21
Gambar 4. 1 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 1	34
Gambar 4.2 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 2	35
Gambar 4.3 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 3	35
Gambar 4.4 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 4	36
Gambar 4.5 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 5	36
Gambar 4.6 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 6	37
Gambar 4.7 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 7	38
Gambar 4. 8 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 8	38
Gambar 4.9 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 9	39
Gambar 4.10 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 10	39
Gambar 4.11 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 11	40
Gambar 4.12 Pertanyaan <i>Pre-Test</i> 12	41
Gambar 4. 13 Draf <i>Flyer</i>	45
Gambar 4. 14 Draf Infografis Topik 1	46
Gambar 4. 15 Draf Infografis Topik 2	47
Gambar 4. 16 Draf Infografis Topik 3	48
Gambar 4. 17 Draf Stiker 1	49
Gambar 4. 18 Draf Stiker 2	49
Gambar 4. 19 Draf <i>Merchandise</i>	51
Gambar 4. 20 Draf <i>Banner</i>	52
Gambar 4. 21 Draf Siaran Pers	53
Gambar 4. 22 Draf Pesan Narasumber.....	57
Gambar 4. 23 Draf <i>Brief</i> Acara.....	58
Gambar 4. 24 Menyusuri Kampung Nagajaya	61
Gambar 4. 25 Pembuatan Grup Whatsapp.....	62
Gambar 4. 26 <i>Flyer</i>	63
Gambar 4. 27 Pembagian <i>Flyer</i>	64
Gambar 4. 28 Sosialisasi dan Pembagian <i>Flyer</i>	65
Gambar 4. 29 Penyebaran Infografis 1	65
Gambar 4. 30 Penyebaran Infografis 2	66
Gambar 4. 31 Penyebaran Infografis 3	67
Gambar 4. 32 Stiker Pertama	67
Gambar 4. 33 Stiker Kedua.....	68
Gambar 4. 34 Pembagian Stiker	68
Gambar 4. 35 Postingan <i>Feeds</i>	69
Gambar 4. 36 Postingan <i>Reels</i>	70
Gambar 4. 37 Postingan <i>Story</i>	70
Gambar 4. 38 Cuplikan Kegiatan Acara	71
Gambar 4. 39 Kompilasi Acara	72
Gambar 4. 40 Cuplikan <i>Behind The Scenes</i>	73
Gambar 4. 41 Hasil <i>Merchandise</i>	73

Gambar 4. 42 Proses Pembagian <i>Merchandise</i>	74
Gambar 4. 43 <i>Banner</i> Acara	75
Gambar 4. 44 Publikasi Media	75
Gambar 4. 45 Video <i>Case Study</i>	76
Gambar 4. 46 Lokasi Acara	77
Gambar 4. 47 <i>Rundown</i> Acara	78
Gambar 4. 48 Koordinasi Acara	79
Gambar 4. 49 Menghubungi Narasumber.....	80
Gambar 4. 50 <i>Brief</i> Narasumber	80
Gambar 4. 51 Formulir Pendaftaran	81
Gambar 4. 52 Pengisian <i>Form</i> Pendaftaran	82
Gambar 4. 53 Penyebaran Siaran Pers ke Media	83
Gambar 4. 54 Reaksi Masyarakat Nagajaya 1	84
Gambar 4. 55 Narasumber Pak Susilo	85
Gambar 4. 56 Reaksi Masyarakat Nagajaya 2	85
Gambar 4. 57 MC Acara.....	85
Gambar 4. 58 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 1	88
Gambar 4. 59 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 2.....	89
Gambar 4. 60 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 3.....	90
Gambar 4. 61 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 4.....	91
Gambar 4. 62 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 5.....	93
Gambar 4. 63 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 6.....	94
Gambar 4. 64 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 7.....	95
Gambar 4. 65 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 8.....	96
Gambar 4. 66 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 9.....	97
Gambar 4. 67 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 10.....	98
Gambar 4. 68 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 11.....	99
Gambar 4. 69 Pertanyaan <i>Post-Test</i> 12.....	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin	107
Lampiran B. Konsultasi Form.....	108
Lampiran C. Konsultasi Form Dosen Ahli.....	110
Lampiran D. Lampiran Bukti Bimbingan Dosen Ahli.....	111
Lampiran E. Observasi.....	112
Lampiran F. Penyelenggaraan <i>Event</i>	113
Lampiran G. Bukti Publikasi Media (Media Release)	115
Lampiran H. <i>Video Case Study</i>	119
Lampiran I. <i>Content Plan Feeds, Story, Reels</i>	121
Lampiran J. Media Promosi dan <i>Collaterals Event</i>	124
Lampiran K. Penyebaran Media Rilis 20 Media.....	128
Lampiran L. Pre-Test dan Post-Test	131

