

RINGKASAN

Magang ini dilakukan di PT Debindo Mitra Tama, yang bergerak di bidang penyelenggaraan acara profesional. Industri MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) menjadi salah satu sektor kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Melalui program magang, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi acara pameran Batik Fashion Fair 2024.

Strategi promosi digital yang diterapkan meliputi penggunaan Instagram untuk video teaser, reels challenge, dan kolaborasi dengan influencer, serta website resmi untuk informasi acara dan registrasi online. Selain itu, iklan berbayar dengan strategi geotargeting membantu menjangkau audiens yang relevan. Sementara itu, promosi non-digital dilakukan melalui iklan di media cetak, radio lokal, pemasangan spanduk, dan distribusi brosur. Kombinasi kedua metode promosi ini dirancang untuk menjangkau berbagai segmen audiens, dari pengguna digital hingga masyarakat lokal.

Pelaksanaan acara mencakup koordinasi teknis dan pengelolaan sumber daya untuk memastikan kelancaran setiap kegiatan. Tahap evaluasi dilakukan dengan menganalisis data partisipasi dan umpan balik pengunjung guna mengukur keberhasilan acara. Hasilnya menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap Batik Fashion Fair sebesar 35%, dengan partisipasi yang meningkat dari berbagai segmen usia. Keberhasilan ini mencerminkan efektivitas kombinasi strategi promosi digital dan non-digital.