

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah di berikan-Nya, sehingga tugas akhir ini dapat di selesaikan. Tugas akhir dengan judul “Analisis Promosi *Event Midnight Shopping Around The Clock 24+1 Over Shopping Mall Senayan City Melalui Pendekatan Model AIDA*” ini di tujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Sosial Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Kelancaran proses penulisan skripsi ini adalah sebuah berkat yang diberikan oleh Tuhan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu sehingga dalam upaya melakukan penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan sesuai rencana. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu proses pengerjaan tugas akhir ini, khususnya kepada :

- 1) Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 2) Dr. Naniek Setijadi, S.Pd., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
- 3) Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si. dan Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom selaku Penguji Sidang Skripsi.
- 4) Drs. Roy Robert Rondonuwu, M.Lib, selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang berharga sealam proses penulisan skripsi hingga selesai.
- 5) Agustin Diana Wardaningsih, S.E., M.I.Kom. sebagai kordinator tugas akhir yang telah berkenan memberikan informasi-informasi penting mengenai penulisan skripsi hingga selesai.

- 6) Semua dosen yang telah mengajar peneliti selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan khususnya para dosen Fakultas Sosial dan Ilmu Politik. Karena telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan.
- 7) Keluarga yang telah mendukung secara moral dan material serta doa sampai akhir skripsi ini selesai.
- 8) Teman kuliah seperjuangan yaitu Fika Ratu Syaharry yang selalu memotivasi dan menyemangati kuliah sampai akhirnya saya dapat menjalani penulisan skripsi ini hingga selesai.
- 9) Teman kuliah seperjuangan yaitu Michelle Natalia yang selalu memotivasi dan menyemangati kuliah sampai akhirnya saya dapat menjalani penulisan skripsi ini hingga selesai.
- 10) Teman kuliah seperjuangan yaitu Janice Chritiyanti yang selalu memotivasi dan menyemangati kuliah sampai akhirnya saya dapat menjalani penulisan skripsi ini hingga selesai.
- 11) Willy Suhandi yang telah membantu merekomendasikan dan memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian di Mall Senayan City.
- 12) Imam Fatwa selaku supervisor promosi Mall Senayan City yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan informasi kepada peneliti agar dapat memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian dan penulisan skripsi hingga selesai.
- 13) Seluruh Informan karena telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan informasi-informasi penting serta membantu memudahkan penulis dalam penulisan skripsi ini.

14) Staf Karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi yang selalu membantu peneliti dalam kegiatan administratif.

15) Staf karyawan perpustakaan yang telah membantu peneliti khususnya dalam hal peminjaman buku dan bantuan menemukan buku di perpustakaan.

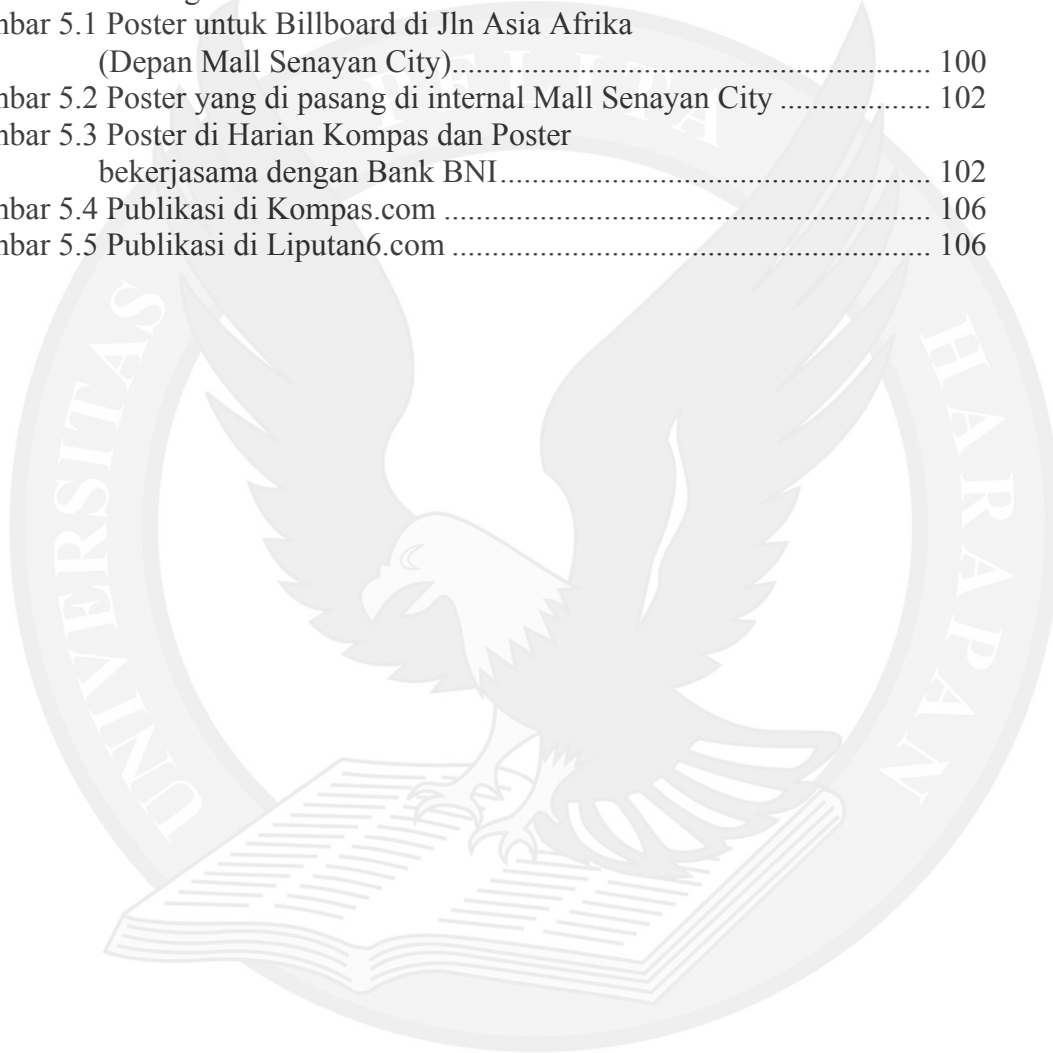
Besar harapan peneliti agar penelitian ini dapat berguna bagi siapa-pun yang membaca khususnya pihak Mall Senayan City. Akhir kata, peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu peneliti berharap penelitian ini dapat di kembangkan lagi dan penulis juga mengucapkan terima kasih atas segala bentuk dukungan dan perhatian yang telah diberikan dari semua pihak yang telah turut mebantuu. Terima Kasih.

Karawaci, 16 Februari 2016

Sarah Fransisca

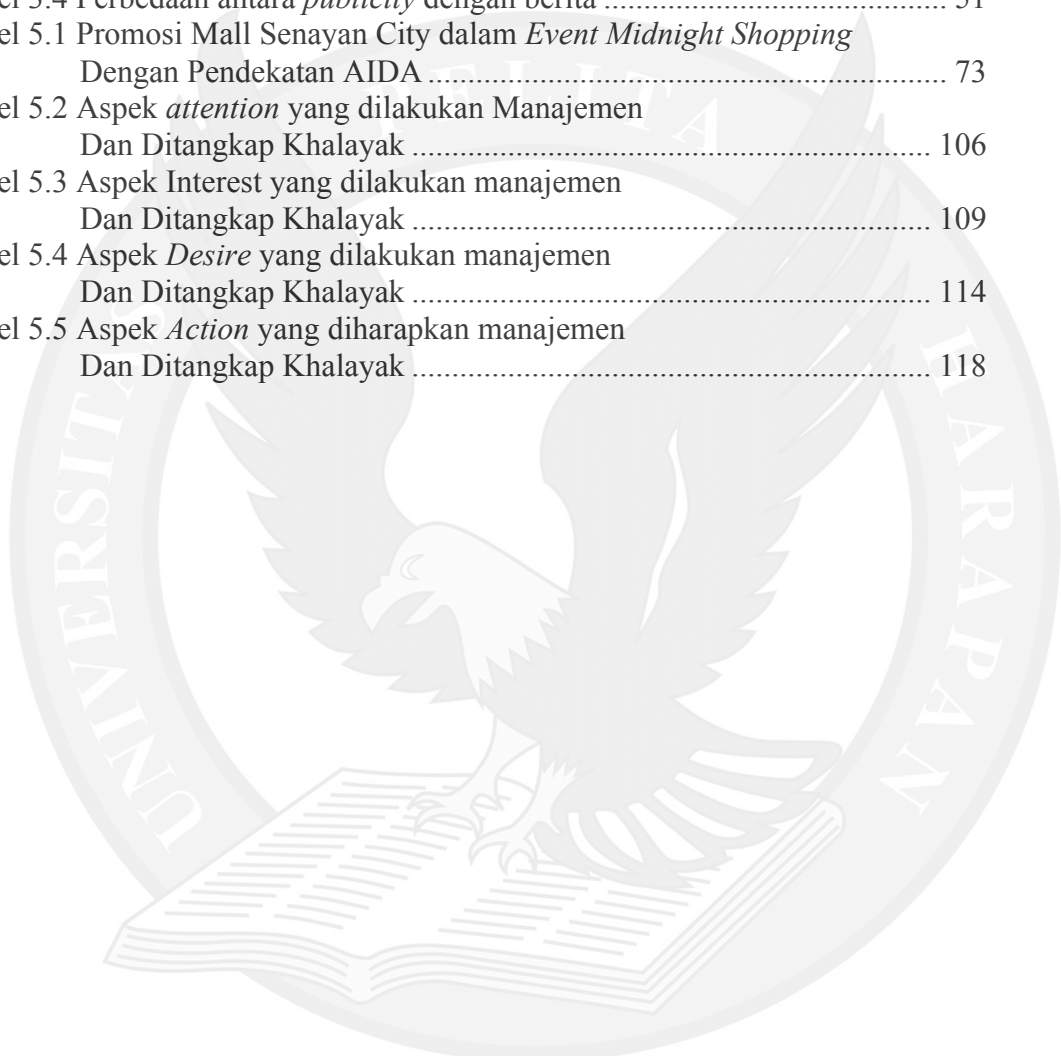
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Mall Senayan City .....	12
Gambar 2.2 Logo Brand Mango .....	21
Gambar 2.3 Logo Brand Stradivarius .....	22
Gambar 2.4 Logo Brand Bershka .....	23
Gambar 3.1 <i>Marketing Mix</i> .....	35
Gambar 3.4 Kerangka Pemikiran .....	53
Gambar 5.1 Poster untuk Billboard di Jln Asia Afrika (Depan Mall Senayan City) .....	100
Gambar 5.2 Poster yang di pasang di internal Mall Senayan City .....	102
Gambar 5.3 Poster di Harian Kompas dan Poster bekerjasama dengan Bank BNI .....	102
Gambar 5.4 Publikasi di Kompas.com .....	106
Gambar 5.5 Publikasi di Liputan6.com .....	106



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pusat Perbelanjaan di Daerah Jakarta .....	5
Tabel 2.1 Bentuk Model Hierarki Tanggapan .....	30
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.2 Jenis-Jenis Unsur Promosi dalam <i>Marketing Mix</i> .....	38
Tabel 3.3 Bentuk Model Hierarki Tindakan .....	43
Tabel 3.4 Perbedaan antara <i>publicity</i> dengan berita .....	51
Tabel 5.1 Promosi Mall Senayan City dalam <i>Event Midnight Shopping</i> Dengan Pendekatan AIDA .....	73
Tabel 5.2 Aspek <i>attention</i> yang dilakukan Manajemen Dan Ditangkap Khalayak .....	106
Tabel 5.3 Aspek <i>Interest</i> yang dilakukan manajemen Dan Ditangkap Khalayak .....	109
Tabel 5.4 Aspek <i>Desire</i> yang dilakukan manajemen Dan Ditangkap Khalayak .....	114
Tabel 5.5 Aspek <i>Action</i> yang diharapkan manajemen Dan Ditangkap Khalayak .....	118



## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN A

Lembar *Monitoring* Bimbingan Tugas Akhir ..... A-1

### LAMPIRAN B

Pedoman Wawancara *Key Informant* ..... B-1

Pedoman Wawancara Tenant..... B-2

Pedoman Wawancara Penunjang ..... B-3

### LAMPIRAN C

Transkrip Wawancara Dengan *Key Informant* 1 ..... C-1

Transkrip Wawancara Dengan Tenant 1 ..... C-18

Transkrip Wawancara Dengan Tenant 2 ..... C-32

Transkrip Wawancara Dengan Tenant 3 ..... C-44

Transkrip Wawancara Dengan Pengunjung 1 ..... C-49

Transkrip Wawancara Dengan Pengunjung 2..... C-53

Transkrip Wawancara Dengan Pengunjung 3..... C-56

Transkrip Wawancara Dengan Pengunjung 4..... C-59

Transkrip Wawancara Dengan Pengunjung 5..... C-62

Transkrip Wawancara Dengan Pengunjung 6..... C-65

### CURRICULUM VITAE