

LAMPIRAN

Lampiran 1: Transcript Wawancara



Informan : Lukas Wahyu SPV

Jabatan : SPV Brand Strategist

Keterangan : Konseptor acara

1. Jelaskan secara singkat acara ini

Oke, jadi rangkaian acara Pertamina International shipping itu ada dua..dua rangkaian. Rangkaian pertama itu terkait dengan kita bikin boothnya untuk di Eco Run sendiri, yang di Istora, dan yang satu lagi untuk memperingati itu HUT nya Pertamina international shipping. Nah kalau untuk boothnya yang di Eco Run, di Istora kita berkesempatan untuk nge-handle sebagai penyelenggara dari bikin booth Pertamina international shippingnya yang mana tujuan dari bikin booth itu adalah kita mau spread awareness ke para pengunjung terutama dari area Pertamina kan Pertamina punya beberapa anak perusahaan dan juga masyarakat umum yang ikut dalam partisipasi Pertamina International shipping Marathon yang itu. Pertamina Marathon tadi, Pertamina Marathon di Istora. Akhirnya dari situ kita berkesempatan untuk bikin desain yang menarik, desain yang bisa bikin booth rame, dan akhirnya Pertamina international shipping ini dikenal oleh banyak orang karena booth rame, gitu.

2. Apakah ada indikator keberhasilan yang terpenuhi?

Oke, kalau untuk indikatornya sendiri, pasti satu, ya booth-nya rame. Booth-nya rame, terus yang kedua, dari klien apresiasi terkait kinerja dari teman-teman juga yang membantu, dari teman-teman teman mereka, terutama dari Celin. Karena kan kemarin memang secara garis besar Celin yang lebih banyak berkontribusi untuk booth-nya. Nah, Celin kan memang apa yaa..bagian dari brandcom saat itu. Jadi, dia bertugas di bagian untuk cari ide dan kita yang ngerangkum dari semua ide-ide itu. Nah, contoh indikator yang paling kelihatan adalah antrian yang memanjang dari booth kita itu nggak pernah sepi dari pagi sampai malam. Dan itu selalu, selalu, selalu rame lah kita bilang. Dibandingkan dari booth lain yang mungkin sore udah turun, masanya, nah kita

tetap, sampai malam itu kita tetap buka dan tetap rame. Nah, hal hal itu yang sebenarnya kita akan cari di booth booth selanjutnya. Nah, itu pun juga dari riset-riset yang kita lakukan juga. Itu sih, indikatornya juga mereka apresiasi kemarin, akhirnya kita di tahun ini, dapat orderan juga dari Pertamina, tapi bukan Pertamina international shipping, mungkin celine mau bantu lagi, tapi dari pertamina hulu energi, mereka mengapresiasi karena sebelumnya kita sama pertamina international shipping, bagus, rame dan pertamina hulu energi mau kerja bareng kita

3. Bagaimana proses persiapan acara? Apakah dari brandcom ada workflow yang harus diimplementasikan?

Persiapan untuk acaranya. Nah persiapan acaranya pasti, kemarin kan kamu udah lakukan dari mulai kita tahu target audience, terus riset perkadaran target audience-nya, siapa, makanya kenapa kita bikin booth-nya pun bukan booth yang kemas korporasi malah yang sebaliknya foto booth bentuknya kapalnya Luffy yang waktu saat itu bertepatan dengan munculnya One Piece Live Action kita ambil momen itu dan kita ambil sebagai tematik dalam keseluruhan booth kita untuk selaras dengan pertamina international shipping yang berkaitan dengan laut, ekosistem nah itu kan juga ide bersama, terus juga yang selebihnya di sebelahnya kan kita ada crafting ya, terus ada game teriak, ada game machine nah itu ada face painting juga, yang kebetulan memang itu ya karena Marceline Joelio yang create keseluruhan kenapa ada ide ide itu, akhirnya ya karena memang Celine yang PIC utama untuk boothnya aku kan cuma mendampingi, advisor. paling itu persiapannya lebih ke riset sih, riset itu penting karena dengan kita tahu siapa target audiens nya kita jadi tahu target audience nya seperti apa.

4. Apakah strategi yang digunakan pernah digunakan sebelumnya di acara-acara yang lain?

sering, sering. kita selalu pakai metode yang sama, ya itu pasti kita tahu target audiensnya, riset, terus sama yang penting itu adalah kalau event-event festival atau booth itu kita harus bikin yang semenarik mungkin atau yang stand out atau yang berbeda. makanya boothnya kan aneh sendiri kan, kalau dibilang kan selainnya korporasi-korporasi, tiba-tiba ada One Piece, one piece di tengah-tengah booth korporasi. Di tengah-tengahnya juga ada game activation yang menarik untuk anak-anak, Face painting, karena mereka yang booth yang lain tidak memikirkan anaknya. Tapi kan kita memikirkan anaknya, makanya kenapa One Piece sebelahnya mandi bola, karena itu untuk menjamu juga anak-anaknya tapi ada games untuk dewasanya juga jadi semua kita akomodir dalam satu booth karena dari riset yang sudah kita lakukan semua gitu, nah sama

ya tadi, semakin stand out booth itu dan semakin out of the box yang kita kasih kan semakin stand out semakin berbeda, gitu sih.

5. Dari acara kemarin apakah ada yang bisa dievaluasi?

Evaluasi nggak banyak sih, paling teknis. Karena kan memang kemarin terkendalanya teknis itu hujan ya. Jadi waktu persiapan itu kita terkendalanya itu ketika pemasangan boothnya terkendala cuaca sih. Terus sama pembelian material, pembuatan boothnya. Itu kan cat, jadi kita nggak bisa langsung ngecat karena hujan itu sih. Lebihnya, gak ada yang bisa dievaluasi malah dapat apresiasi dari pertaminanya ya 'good job' untuk teman-teman yang udah bantu boothnya.

6. Apakah ada tips and trick dalam menyusun strategi brand activation?

Tips and trick..Mungkin harus kerjasama sama Celine ya, karena ide-nya menarik. tipsnya itu yang pertama. Yang kedua, lebih ke.... apa ya, yang..kita harus tahu dulu objektifnya yang pertama. Kenapa kita bikin booth ini. Jadi ketika kita tahu oh objektifnya cuma untuk sampling produk misalkan, objektifnya untuk awareness, atau objektifnya untuk akuisisi user nah itu metodenya bakal berbeda-beda setelah kita tahu objektifnya kita baru tahu terkait nanti kemasannya terus bagaimana, oh oke untuk dapetin objektif itu kita harus bikin kemasan yang bagaimana yang menarik agar objektifnya terpenuhi sama ke eksekusi ya eksekusinya itu harus sesuai sama yang ada kita rencanakan di akhir. Kalau di event biasanya banyak diperlukan. Cuma yang paling penting ya itu kita harus risetnya jauh lebih itu. Karena kan bayangin aja, kamu bikin brief yang susah harus diterjemahkan ke hal yang kayak kemarin. Dia kan cuma kasih briefnya adalah, tolong bikinin booth activation untuk racing awareness pertamina international shipping. Udah, briefnya itu doang objektifnya untuk yaudah terbatas aja, makanya kita kan harus research akhirnya sampe ketemu formula itu kenapa kita pilih bentuk booth seperti itu kan karena biasanya kan research target audiensnya kita anak-anak, keluarga sama satu lagi referensi semakin banyak referensi semakin memudahkan tamu di situ sesuatu yang berbeda gitu sih.

Lampiran 2: Transcript Wawancara



Informan : Felicia Elgina

Jabatan : -

Keterangan : Pengunjung booth

1. Jelaskan bagaimana anda mengikuti acara ini?

halo aku Felicia seorang mahasiswa yang uda mau lulus, aku ikut pertamina eco run yang sebagai pendamping, aku dateng sama ponakan aku, usia 12 tahun, kita running yang 5k. Aku tau event lari ini dari tiktok dan mulai diajakin temen temenku. Setelah tau ada untuk anak anak aku jadi ajak ponakanku. Di event ini gak cuman lari aja sih ada marketnya juga, ada konser konser musik dari tulus, yura yunita, dan juga ada booth booth apa sih, sponsor ya? Ya itu lah dan akhirnya nemuin booth PIS ini.

2. Apa yang menarik atau berkesan dari booth pis?

Ceritanya setelah running, aku jalan jalan di sekitar venue, ke daerah panggung ngeliat booth booth pertamina salah satunya punya PIS. Booth pis itu dari jauh rame banget, apalagi ada suara suara teriakan dari game teriak itu, dan cukup menarik sih karena ada photobooth yang ada kapal one piecenya, boothnya dari jauh kelihatan rame, ada yang ngantri sampe ngular gitu deh makanya aku tertarik buat ngunjungi. Ponakan aku juga ngajak buat dateng karena ngeliat ada cosplay cosplay kayak zoro, chopper, robbin Pas itu lagi musim one piece juga jadi tertarik aja buat dateng. Aku ada kali ya 2 jam di sana, aku kepingin ngikutin semua kegiatan karena hadiahnya banyak dan beragam, aku ngeliat pengunjung lain juga pada nenteng boneka lumba lumba sama paus, ada yang wajahnya uda kehias kerang, ikan dan lain lain. Yang berkesan juga setiap game bisa dapet hadiah, Ada pouch, ada enamel pin juga, menarik banget sih apalagi bagi quiz hunter kayak aku. Trus yang workshop bikin gelang dari daur ulang itu lucu banget kayak di luar negri, pake beads plastik, ada yang dari kain daur ulang juga, seneng aja bisa bikin aksesoris dan bisa di bawa pulang secara gratis. Dari boothnya sendiri aja uda stand out banget, diantara booth booth formal yang desainnya daur ulang, nuansa warna coklat ljo gitu eh ada booth warna biru di tengah tengah, kapal one piecenya menarik juga, bahkan ada mandi bolanya, beda aja si dari yang lain.

3. Apa yang menjadi poin plus dari booth ini daripada booth yang lain?

Aku ngunjungin semua booth dan memang beragam sih stylenya. Ada booth yang bisa dapet kopi atau jus wicis pas banget di udara panas syaratnya cuman ngisi form atau apa gitu tapi menurutku booth PIS ini paling asik karena ada workshop dan games games teriak itu. Trus bagi bagi merchandise dengan berbagai bentuk. Maksudku kayak banyak banget yang bisa di bawa pulang gitu jadi merasa happy aja dapet sesuatu hahaha. Faktor lain juga mungkin ponakan aku bisa ikut partisipasi juga, jadi ga cuman aku yang seneng tapi dia juga. Salah satunya puppet show itu, dia seneng ikutan nonton dan ada cerita tentang laut lautan juga. Poin plus nya juga dari segi bangunan sih, boothnya lucu ada ornamen one piece, unik aja gitu.

4. apakah ada perbedaan sebelum dan sesudah mengunjungi booth pis?

ada dong, ini kan eventnya Pertamina, aku awalnya cuman tau Pertamina ya sekedar bensin, bahan bakar udah gitu aja. Tapi dari booth booth yang ada disana aku jadi tau oh sub holding Pertamina banyak yaa, ada Hulu Energi, Kilang Minyak dan ini, Pertamina International Shipping. Ehm informasi baru yang aku tau semenjak dari booth ini itu.. apa sih tag line ya itu? BerSEnergi untuk laut, karena di game teriak kemarin kan disuru teriak BerSEnergi untuk laut sekenceng kencengnya, lucu aja taglinenya dan gampang diinget, trus setelah itu aku jadi follow Instagramnya juga, yaaa liat liat lah apa aja programnya, apa yang dikerjakan dan lain lain. Dari IG juga ngeliat oh.. tagline ini tu maksudnya PIS dukung lingkungan keberlanjutan.. Waktu main games ikan kecil itu kan juga penjaganya bilang susah kan cari ikan di laut plastik, itu buat aku mikir oh setiap game ada artinya yaa, apalagi limbah plastik kan semakin meningkat di lautan sekarang. Intinya bikin jadi lebih aware aja sih sama lingkungan.. Khususnya lautan yaa, Dari aktivitas di dalamnya juga uda keliatan sih kalo PIS pingin keliatan ramah lingkungan dan dukung SDGs gitu.

5. Apa yang dapat dievaluasi dari booth PIS?

Boothnya panas aja sih, mungkin karena ramai juga ya, waktu itu penuh sesak gitu dan kipasnya kurang berasa jadi memang agak panas aja. Booth nya juga kurang besar, waktu itu face paintingnya sempet di luar teduhan dan itu agak panas aja jadi face paintingnya leleh karena keringat. Selain itu mungkin dari bracelet nya, karena kebanyakan orang jadi agak susah ngambil beads beadsnya mungkin next bisa lebih besar lagi tempatnya

Lampiran 3 : Form Kelengkapan Dan Kelayakan Sidang Akhir



FORM KELENGKAPAN & KELAYAKAN SIDANG AKHIR PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
Semester Genap Periode Tahun 2023/2024

Nama Mahasiswa : Marceline Joelio
 NRP : e12200068
 Jenis Tugas Akhir : Skripsi (Penelitian)
 Judul Bahasa Indonesia : ANALISIS STRATEGI BRAND ACTIVATION PERTAMINA INTERNATIONAL SHIPPING DALAM EVENT PERTAMINA ECO RUN-FEST 2023 OLEH DETIKCOM
 Judul Bahasa Inggris : ANALYSIS OF PERTAMINA INTERNATIONAL SHIPPING BRAND ACTIVATION STRATEGY IN THE 2023 PERTAMINA ECO RUN-FEST EVENT BY DETIKCOM
 Ketua Penguji : Mendy Hosana Malkisedek, S.Sn.,M.Ds
 Tanggal Sidang : 25 Juni 2024

No.	Jenis Luaran	Bentuk dan Ukuran	Jumlah	Keterangan	Kelengkapan (centang jika ada)
1	Laporan TA	print out ukuran A4	4	jilid soft copy	✓
2	Publikasi ilmiah	Jurnal	5 lembar A4	Print out	✓
3	Brosur	print out ukuran A5	4	Print out	✓
4	Poster	print out ukuran A3	1	Print out	✓
5					
6					
7					
8					
9					
10					

No.	NIP	Nama Pembimbing	Kelayakan dan kelengkapan Isi Laporan Skripsi (Dicentang oleh dosen)	Kelayakan dan kelengkapan Karya (Dicentang oleh dosen)	Lanjut Sidang Akhir/ Sidang	Tanda Tangan
1	04-015	ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom	✓	✓	✓	
2	09-016	REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.	✓	✓	✓	
Komentar:						

Surabaya, 20 Juni 2024

Mengetahui,

ANI WIJAYANTI SUHARTONO,
S.Sn., M.Med.Kom
04-015

REBECCA MILKA NATALIA BASUKI,
S.Sn., M.Ds.
09-016

Marceline Joelio
e12200068

Lampiran 4 : Absensi Bimbingan

Daftar Bimbingan Tugas Akhir Mahasiswa

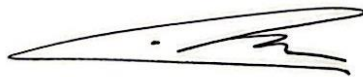
Nama : MARCELINE JOELIO
NRP : E12200068
Dosen Wali : DANIEL KURNIAWAN SALAMOON, S.Sn.,
M.Med.Kom.
Judul TA : ANALISIS KOMPARASI TEORI DALAM MATA KULIAH BRAND ACTIVATION DAN PRAKTEK DI DETIKCOM SEBAGAI
MAGANG BRAND STRATEGIST

Fakultas : Humaniora dan Industri Kreatif
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

Tanggal	Dosen Pembimbing	Bimbingan	Topik Bimbingan	Setuju?
02-02-2024	ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom.	1	Asistensi judul	<input checked="" type="checkbox"/>
09-02-2024	ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom.	2	Asistensi bab 1	<input checked="" type="checkbox"/>
16-02-2024	ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom.	3	Asistensi proposal TA	<input checked="" type="checkbox"/>
16-02-2024	REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.	4	Asistensi proposal TA	<input checked="" type="checkbox"/>
02-02-2024	REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.	5	Asistensi judul proposal	<input checked="" type="checkbox"/>
09-02-2024	REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.	6	Asistensi judul proposal	<input checked="" type="checkbox"/>
08-03-2024	ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom.	7	revisi proposal tugas akhir	<input checked="" type="checkbox"/>
27-03-2024	ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom.	8	Bab 1-3	<input checked="" type="checkbox"/>
03-04-2024	ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom.	9	BAB 2-4	<input checked="" type="checkbox"/>
05-04-2024	REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.	10	bab 3	<input checked="" type="checkbox"/>
29-03-2024	ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom.	11	Membuat kerangka bab 4	<input checked="" type="checkbox"/>
29-04-2024	ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom.	12	BAB 4-5	<input checked="" type="checkbox"/>
29-05-2024	ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom.	13	BAB 5	<input checked="" type="checkbox"/>
07-06-2024	REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.	14	BAB 4-5	<input checked="" type="checkbox"/>
10-06-2024	REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.	15	BAB 5 dan jurnal	<input checked="" type="checkbox"/>
08-05-2024	ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom.	16	jurnal	<input checked="" type="checkbox"/>
08-03-2024	REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.	17	Bab 1-3	<input checked="" type="checkbox"/>
29-03-2024	REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.	18	kelengkapan sidang tengah	<input checked="" type="checkbox"/>
03-05-2024	REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.	19	revisi setelah sidang tengah	<input checked="" type="checkbox"/>
15-05-2024	REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.	20	BAB 4-5	<input checked="" type="checkbox"/>

Mengetahui
Pembimbing 1

Mengetahui
Pembimbing 2



ANI WIJAYANTI SUHARTONO, S.Sn., M.Med.Kom.



REBECCA MILKA NATALIA BASUKI, S.Sn., M.Ds.

Lampiran 5 : Turnitin Tugas Akhir

e12200068-ANALISIS STRATEGI BRAND ACTIVATION
PERTAMINA INTERNATIONAL SHIPPING DALAM EVENT
PERTAMINA ECO RUN-FEST 2023 OLEH DETIKCOM

ORIGINALITY REPORT

4%	4%	0%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

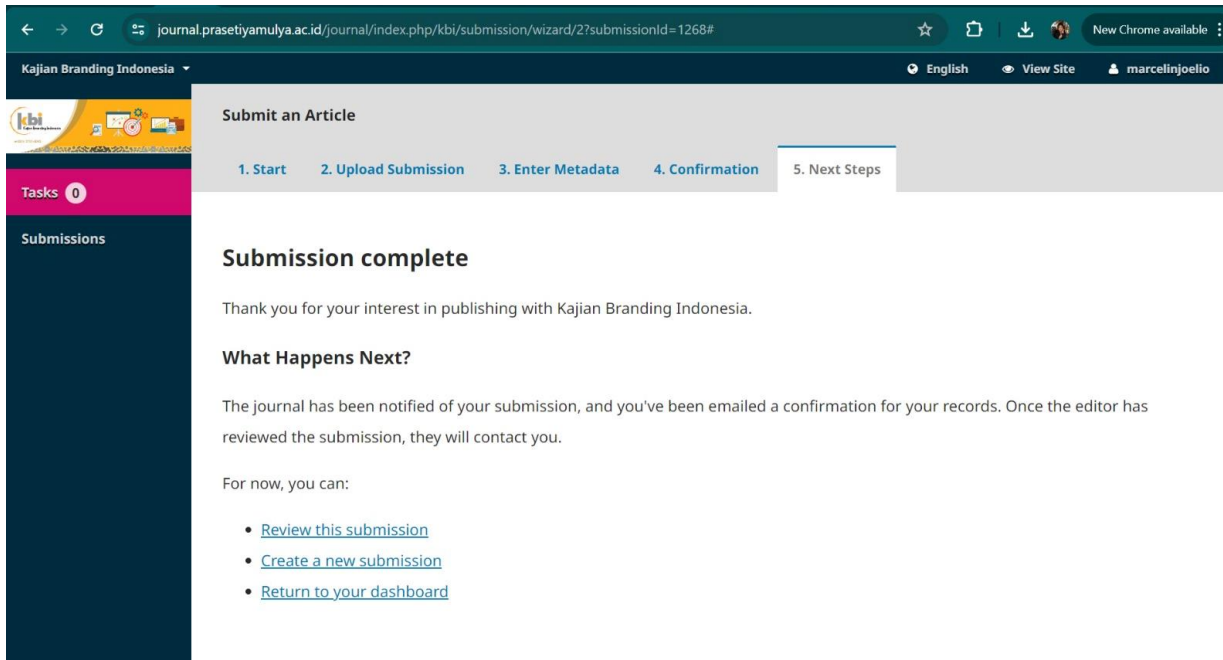
PRIMARY SOURCES

1	repository.bakrie.ac.id Internet Source	2%
2	Submitted to Forum Komunikasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Kristen Indonesia (FKPPTKI) Student Paper	1%
3	jakarta.kejarfakta.co Internet Source	1%
4	maglearning.id Internet Source	1%
5	koranbumn.com Internet Source	1%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%

Lampiran 6 : Bukti Upload Jurnal



The screenshot shows a web browser window with the URL `journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/kbi/submission/wizard/2?submissionId=1268#`. The page title is "Kajian Branding Indonesia". The navigation bar includes "English", "View Site", and the user name "marcelinjoelio". The main content area is titled "Submit an Article" and features a progress indicator with five steps: "1. Start", "2. Upload Submission", "3. Enter Metadata", "4. Confirmation", and "5. Next Steps". The "5. Next Steps" step is currently active. Below the progress bar, the heading "Submission complete" is displayed, followed by the text: "Thank you for your interest in publishing with Kajian Branding Indonesia." The section "What Happens Next?" explains that the journal has been notified and a confirmation email has been sent. It then lists three actions for the user: "Review this submission", "Create a new submission", and "Return to your dashboard". A sidebar on the left shows "Tasks 0" and "Submissions".

Submit an Article

1. Start 2. Upload Submission 3. Enter Metadata 4. Confirmation 5. Next Steps

Submission complete

Thank you for your interest in publishing with Kajian Branding Indonesia.

What Happens Next?

The journal has been notified of your submission, and you've been emailed a confirmation for your records. Once the editor has reviewed the submission, they will contact you.

For now, you can:

- [Review this submission](#)
- [Create a new submission](#)
- [Return to your dashboard](#)