



Sumber: Instagram @Socialchic.id (2025)

Judul Usulan Penelitian

DESAIN PRODUKSI “SHOPPERTAINMENT”

STUDI KASUS PROMOTOR BEEKIND QUARTER “SOCIAL CHIC 2025”

Proposal Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Muhammad Rahmad Akbar

Nim : 2010411131



**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Muhammad Rahmad Akbar

NIM : 2010411131

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 25 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Rahmad Akbar

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rahmad Akbar

NIM : 2010411131

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

DESAIN PRODUKSI “SHOPPERTAINMENT”

STUDI KASUS PROMOTOR BEEKIND QUARTER “SOCIAL CHIC 2025”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 25 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Rahmad Akbar

PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rahmad Akbar
NIM : 2010411131
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Desain Produksi “*Shoppertainment*” Studi Kasus Promotor Beekind Quarter “Social Chic 2025”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 25 Juni 2026

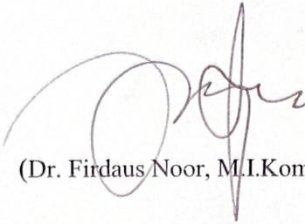


PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Muhammad Rahmad Akbar
NIM : 2010411131
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : DESAIN PRODUKSI “SHOPPERTAINMENT” STUDI KASUS
PROMOTOR BEEKIND QUARTER “SOCIAL CHIC 2025”

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dr. Firdaus Noor, M.I.Kom., M.Sn.)

Penguji 1



(Windhiadi Yoga Sembada, M.Si.)

Penguji 2



(Putrawan Yuliandri, S.I.Kom., M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 20 Juli 2026

ABSTRAK

Desain produksi acara pada acara Social Chic 2025 penting untuk diteliti lebih lanjut, karena acara tersebut memiliki strategi yang tergolong unik dalam upayanya untuk memasarkan produk busana & kecantikan lokal pada pelaksanaannya. Penelitian ini fokus pada acara Social Chic 2025 sebagai contoh kasus yang diteliti lebih lanjut terkait proses manajemen produksi acara *shoppertainment*, dengan Beekind Quarter sebagai penyelenggaranya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus. Penelitian menemukan bahwa event Social Chic 2025 menerapkan konsep *shoppertainment* melalui sepuluh objek teknis produksi acara. Melalui koordinasi horizontal-vertikal yang rutin seperti *weekly meeting* dan grup digital serta perencanaan matang selama 10 bulan, pihak penyelenggara menyusun strategi melalui sepuluh instrumen tata letak, termasuk alur pengunjung *flow audience*, area *booth*, dan panggung untuk menyatukan aktivitas belanja dan hiburan. Strategi tata ruang ini menjadi upaya mitigasi kendala teknis di lapangan secara cepat, serta pendukung traffic digital dan performa penjualan brand peserta selama acara.

Kata Kunci: Desain Produksi Acara, *Shoppertainment*, Social Chic 2025

ABSTRACT

The production design of the Social Chic 2025 event warrants further scholarly investigation due to its distinctive strategy for promoting local fashion and beauty products throughout its implementation. This study focuses on Social Chic 2025 as a case study to examine the event production management process within a shoppertainment context, with Beekind Quarter serving as the event organizer. Employing a qualitative approach through a case study method. The findings reveal that Social Chic 2025 implemented the shoppertainment concept through ten technical dimensions of event production. Supported by regular horizontal and vertical coordination mechanisms, including weekly meetings and digital communication platforms, as well as a comprehensive ten-month planning process, the organizing team developed a strategic production design encompassing ten spatial planning elements, including audience flow, booth layout, and stage arrangement, to seamlessly integrate shopping and entertainment experiences. This spatial design strategy enabled the organizers to respond efficiently to technical challenges encountered during the event while simultaneously enhancing digital traffic and improving the sales performance of participating brands throughout the event.

Keywords: *Event Production Design, Shoppertainment, Social Chic 2025*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya, sehingga penelitian ini telah selesai. Skripsi ini berjudul “ DESAIN PRODUKSI “SHOPPERTAINMENT” STUDI KASUS PROMOTOR BEEKIND QUARTER “SOCIAL CHIC 2025” Terima kasih penulis ucapkan kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam penulisan usulan penelitian ini, yaitu:

1. Dr. S. Bkti Istiyanto, M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta.
2. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos.,MA. Selaku Kepala Prodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta.
3. Bapak Dr. Firdaus Noor, M.I.Kom., M.Sn. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan arahan yang sangat bermanfaat selama penulisan.
4. Bapak Windhiadi Yoga Sembada, M.Si. dan Bapak Putrawan Yuliandri, S.I.Kom., M.Si. Selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Segenap bapak dan ibu dosen program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu-ilmu selama penulis berkuliah di UPN Veteran Jakarta.
6. Keluarga saya, Ibu, Ayah, Kakak, dan Adik yang senantiasa percaya dan mendukung penulis selama penulisan skripsi.
7. Marsya yang sudah menemani, membantu dan mendukung penulis dalam segala situasi dan kondisi.
8. Sahabat sahabat, yaitu, Andini, Yoga, Rizky, Dipta, Raden, dan Raihan Gultom yang sudah menemani, membantu dan mendukung penulis dalam segala situasi dan kondisi.
9. Para narasumber Beekind Quarter yang berkenan dan meluangkan waktu untuk melakukan wawancara demi kelengkapan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih memiliki kekurangan, namun penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Bekasi, 04 September 2026

Muhammad Rahmad Akbar

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Akademik	6
1.5.2 Manfaat Praktis.....	6
1.6 Sistematika Penelitian.....	7
BAB II	9
KERANGKA TEORI	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.2 Teori Penelitian	13
2.2.1 Desain produksi	13
2.3.1.1 Produksi	14
2.2.2 Manajemen Event	15
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	17
2.2.3.1 Shoppertainment	19
2.4 Kerangka Pemikiran.....	21

BAB III.....	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Objek Penelitian.....	22
3.2 Jenis Penelitian.....	25
3.2.1 Jenis Penelitian Kualitatif	25
3.2.2 Studi Kasus.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1 Wawancara	27
3.3.2 Dokumentasi.....	28
3.4 Sumber Data.....	28
3.4.1 Data Primer	28
3.4.2 Data Sekunder.....	28
3.5 Teknik Analisis Data	29
3.5.1 Teknik Keabsahan Data	30
3.6 Jadwal Penelitian	31
BAB IV	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Informan	32
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian	33
4.2 Pembahasan	52
4.2.1 Desain Produksi Event <i>Shoppertainment Social Chic 2025</i>	52
4.2.1.1 Riset.....	52
4.2.1.2 Desain	54
4.2.1.3 Perencanaan	56
4.2.1.4 Koordinasi	58
4.2.1.5 Evaluasi.....	59
4.2.2 Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Shoppertainment</i>	61
BAB V	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Saran Akademis.....	69
5.2.2 Saran Praktis	69
Daftar Pustaka	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan booth <i>Kepada</i> Brand Mitra Social Chic 2022-2024.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Rencana Waktu	31
Tabel 4.1 Daftar Narasumber	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	21
Gambar 4.1 Brand Owner Lounge dan Jastiper Lounge	51
Gambar 4.2 Gambaran Desain Flow Pengunjung Social Chic 2025	61
Gambar 4.3 Gambaran Flow Pengunjung Social Chic 2025	61
Gambar 4.4 Desain Panggung Utama Social Chic 2025.....	62
Gambar 4.5 Panggung Utama Social Chic 2025	62
Gambar 4.6 Desain Beekind Stage (Panggung Tambahan).....	67
Gambar 4.7 Beekind Stage (panggung tambahan).....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara HoM (Bianca).....	74
Lampiran 2 Pedoman Wawancara <i>Brand</i> (Celcius-Maudy)	75
Lampiran 3 Pedoman Wawancara HoC (Irene).....	77
Lampiran 4 Pedoman Wawancara <i>Project Director</i> (Yoga)	79
Lampiran 5 Pedoman Wawancara HoP (Daffa).....	81
Lampiran 6 Transkrip (<i>Project Director</i>) Yoga.....	83
Lampiran 7 Transkrip (HoM) Bianca	96
Lampiran 8 Transkrip (HoC) Irene.....	107
Lampiran 9 Transkrip (HoP) Daffa.....	114
Lampiran 10 Transkrip (<i>Brand</i>) Celcius-Maudy.....	123
Lampiran 11 Riwayat Hidup	130