
Analisis Konten Tiktok @Jakartafairid pada Promosi Event Jakarta Fair Kemayoran 2023

Ira Agnesia Adevelynea^{1a*}, Helen Diana Vida^{2b}

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia¹²
iraagnesianbb@gmail.com^a, helen.diana@uki.ac.id^b

Abstrak: Penelitian ini mengkaji penggunaan konten video di TikTok yang mampu menarik perhatian banyak pengguna, mendorong kreativitas, dan perubahan diri individu. Menggunakan teori empat pilar strategi media sosial dan konsep komunikasi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*) dan kajian semiotik Roland Barthes. Peneliti mendeskripsikan informasi yang diperoleh dari media sosial, kemudian memilih dan menganalisis data tersebut. Analisis semiotik dilakukan untuk memahami tanda dan makna dalam konten TikTok @jakartafairid, dengan fokus pada denotasi, konotasi, serta mitos yang terbentuk dalam komunikasi tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa akun TikTok @jakartafairid berhasil menyampaikan konten yang bervariasi dan kreatif, mencakup aspek komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan. Konten tersebut berhasil menarik target audiens dan efektif dalam mempromosikan Jakarta Fair 2023. Konten yang tidak monoton dan bervariasi membantu mempertahankan minat pengguna serta meningkatkan keterlibatan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa strategi konten yang efektif dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan mencapai tujuan promosi dengan lebih baik.

Kata Kunci: Analisis Konten, Promosi, Tiktok

Abstract: *This research examines the use of video content on TikTok that is able to attract the attention of many users, encourage creativity, and foster personal transformation. It employs the four pillars of social media strategy theory and the concept of marketing communication. The research method used is content analysis and Roland Barthes' semiotic analysis. The researcher describes the information obtained from social media, then selects and analyzes this data. Semiotic analysis is conducted to understand the signs and meanings in the TikTok content of @jakartafairid, focusing on denotation, connotation, and the myths formed in that communication. The results of the analysis show that the TikTok account @jakartafairid successfully delivers varied and creative content, encompassing aspects of communication, collaboration, education, and entertainment. This content effectively attracts the target audience and promotes Jakarta Fair 2023. Non-monotonous and varied content helps maintain user interest and increase their engagement. This demonstrates that an effective content strategy can enhance user engagement and better achieve promotional goals.*

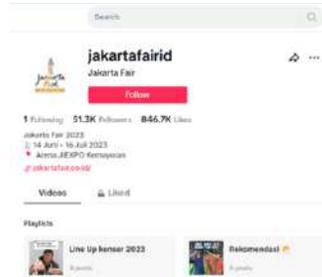
Keywords: Content Analysis, Promotion, Tiktok

Article info: Submitted | Accepted | Published
02-05-2024 | 20-06-2024 | 30-06-2024

LATAR BELAKANG

Pada tahun 2023 merupakan kegiatan Jakarta Fair Kemayoran (JFK) ke-54 yang diadakan sejak tahun 1986. Tahun 2023 ini, JFK diadakan sejak tanggal 14 Juni sampai 16 Juli, mulai pukul 10.00 WIB – 23.00 WIB, selama 33 hari penuh. Akses informasi mengenai event Jakarta Fair dapat diakses dengan mudah, baik melalui situs resminya yaitu

www.jakartafair.co.id, juga pada media sosialnya yaitu @jakartafairid pada Tiktok, Instagram, Twitter, Facebook dan @JIExpoTV pada YouTube. Terlebih pada media sosial Tiktok, informasi dikemas sangat menarik dalam bentuk konten video yang diunggah oleh pihak resmi akun Tiktok @jakartafairid.



Gambar 1. 1. Tampilan Awal Akun Tiktok @jakartafairid

Sumber: Akun Tiktok @jakartafairid

Gambar 1 merupakan hasil *screenshot* dari tampilan utama akun Tiktok Jakarta Fair yang dapat diakses dengan mencari *username* @jakartafairid pada platform Tiktok. Akun @jakartafairid merupakan akun resmi pihak Jakarta Fair Kemayoran (JFK) yang memuat informasi seputar kegiatan *event* tersebut. Akun @jakartafairid memiliki 51.3K *followers* dan telah memperoleh jumlah *likes* sebanyak 846.7K *likes* dari keseluruhan konten video yang diunggah per Oktober 2023. Upaya pihak resmi JFK menarik perhatian masyarakat cukup beragam, dilihat dari jenis-jenis informasi yang dimuat dalam tiap-tiap unggahan video kreatif. Konten kreatif tersebut tidak lain merupakan usaha pihak Jakarta Fair mempromosikan *event* tahunan tersebut kepada masyarakat.



Gambar 2. Konten Video Tiktok @jakartafairid

Sumber: Akun Tiktok @jakartafairid

Gambar 2 merupakan salah satu contoh konten yang diunggah di akun Tiktok @jakartafairid. Konten tersebut menampilkan *interview* pada tiga orang perempuan yang sedang mengunjungi *event* JFK. Ketiga perempuan diajukan beberapa pertanyaan mengenai pendapat mereka seputar penyelenggaraan JFK yang berlangsung saat itu. Berbagai konten video promosi JFK bukan hanya

diunggah oleh akun resmi, namun juga oleh para pengguna Tiktok lainnya berlomba-lomba menjadi *content creator* yang turut menarik perhatian pengguna untuk turut berkunjung dan memeriahkan *event* JFK. Tidak sedikit konten video mengenai *tenant* dan *booth* dari berbagai brand kecantikan, makanan, otomotif, busana, dan lain lain di JFK ditampilkan oleh para *content creator* Tiktok dan dikemas dalam bentuk video blog. Hal menarik dari pihak resmi @jakartafairid maupun para *content creator* lain adalah bagaimana mereka menginformasikan dengan persuasif mengenai promo dan diskon yang ditawarkan dari berbagai brand. Konten-konten juga menampilkan berbagai *games* yang berhadiahkan produk ataupun uang tunai pada *tenant* dan *booth* yang bisa dicoba oleh para pengunjung. Konten-konten kreatif tersebut memungkinkan terjadinya peluang besar yang menarik perhatian dan keikutsertaan masyarakat untuk hadir ke *event* Jakarta Fair Kemayoran 2023, terutama bagi pengguna Tiktok yang ingin mengunjungi *event* tersebut akan semakin tertarik dan ingin merasakan pengalaman yang sama setelah menyaksikan konten promosi pada Tiktok @jakartafairid. Hal tersebut diketahui dari beberapa komentar yang sama di konten video Tiktok @jakartafairid.

Berdasar pada laporan *We Are Social* bahwa pada Januari 2023, pengguna media sosial di Indonesia sampai pada angka 167 juta orang (Shilvina, 2023). Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia ialah Tiktok yang mencapai 113 juta pengguna per April 2023 (Rizaty, 2023). Semakin populernya penggunaan Tiktok menjadi sarana menarik untuk memperoleh informasi yang *up to date* dari konten-konten yang dimuat. Secara singkat, Tiktok merupakan platform media sosial untuk membuat, mengunggah, serta menyebarkan video singkat yang dapat disaksikan hanya dengan gerakan *swipe* ke atas, ke bawah, dan juga ke samping pada *smartphone*.

Melihat perkembangan media sosial Tiktok, platform ini bisa menjadi tempat yang baik untuk memasarkan merek atau produk kepada masyarakat. Hal ini karena kita dapat menjangkau masyarakat dan bahkan berinteraksi langsung dengan mereka melalui media sosial, seperti saling berbalas pada unggahan konten dan memanfaatkan fitur *comment* untuk berinteraksi. Penggunaan media Tiktok akan memberikan peluang bagi pemasar dan *content creator* untuk menciptakan materi promosi yang unik dan menarik untuk keberhasilan promosi. Beriringan dengan data penggunaan Tiktok sebagai teknologi dan internet yang terus berkembang pesat dan semakin kreatif, Tiktok menjadi media sosial yang paling populer saat ini dapat menjadi faktor perubahan perilaku, kebiasaan, dan minat ketertarikan para pengguna. Banyak pengguna Tiktok yang menyaksikan video unggahan pengguna lain yang memuat informasi yang belum diketahui sebelumnya, serta memuat hiburan yang menarik. Terutama dalam upaya mempromosikan suatu *event-event* besar seperti konser musik dari musisi luar negeri maupun dalam negeri yang akan diselenggarakan di Indonesia, media sosial populer seperti Tiktok adalah pilihan utama bagi para promotor dan penyelenggara *event*.

Selain *event-event* besar seperti konser musik yang banyak diselenggarakan di Indonesia, terdapat juga *event* besar seperti Jakarta Fair Kemayoran (JFK) yang sudah dikenal sejak lama sebagai *event* pameran yang banyak diminati masyarakat dan JFK juga termasuk pada *event* pameran terbesar di kawasan Asia Tenggara. *Event* JFK selalu mempunyai daya tarik besar lantaran terdapat pagelaran hiburan, penawaran promo dan diskon dari berbagai produk brand, serta penyelenggaraan konser musik yang menjadi keunikan tersendiri. *Event* besar ini diadakan setiap tahun dalam kurun waktu satu bulan, di bulan Juni - Juli, berlokasi di Jakarta International Expo (JIEXPO), Kemayoran, Jakarta Pusat, diselenggarakan dalam rangka merayakan HUT DKI

Jakarta, yaitu tanggal 22 Juni. Kegiatan *event* ini sempat ditunda di tahun 2020 - 2021 dikarenakan pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia, *event* kembali diadakan di tahun 2022 yang dihadiri oleh 6,9 juta pengunjung (Jakartafair.co.id, 2023).

Kehadiran TikTok akun resmi @jakartafairid telah menjadi salah satu faktor penting dalam memaksimalkan upaya promosi *event* JFK. Akun @jakartafairid menjadi sorotan utama dalam upaya promosi ini. Pihak resmi memanfaatkan format video TikTok yang singkat dan menghibur untuk menyampaikan informasi tentang *event*, menciptakan *teaser* menarik dalam bentuk konten informasi dan konten hiburan yang memuat wawasan tentang berbagai aspek dari *Jakarta Fair*. Hal ini memungkinkan pengguna ingin tahu lebih banyak tentang kegiatan tersebut dan merasa takut ketinggalan informasi terkait.

Penelitian ini dilakukan dengan meninjau beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan saran, guna melanjutkan penelitian. Terdapat tiga penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitian ini. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Reza Putri, Ari Sulistyanto, dan Imaddudin pada tahun 2022, dengan judul Analisis Isi Konten Edukasi *Funfact* pada Akun Tiktok @buiramira. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian analisis isi deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menganalisis konten Tiktok @buiramira yang dimulai sejak 13 Agustus 2020 - 16 September 2021. Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa konten Tiktok edukasi @buiramira menggunakan gaya belajar *edutainment*, yaitu edukasi dan *entertainment* (Putri et al., 2020).

Selain itu, terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hafif Rafi Andhika, Radja Erland Hamzah, Mukka Pasaribu, dan Citra Eka Putri pada tahun 2022, dengan judul Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Promosi @suasanakopi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, metode studi kasus, dan data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Tiktok dinilai efektif sebagai media promosi, lantaran konten video yang diunggah @suasanakopi mampu memperoleh *engagement* berupa *like* dan *comment*. Sasaran dari konten video Tiktok yang diunggah pun sesuai target, yakni yang berusia remaja hingga dewasa (Andhika et al., 2022).

Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Wiji Rahayu Ningyastuti pada tahun 2021, dengan judul *Fenomena Fear of Missing out* pada Generasi Milenial dalam Jejaring Sosial Media Instagram. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi pada 6 informan tentang hal yang informan lakukan dalam penggunaan Instagram. Hasil penelitian menjelaskan bahwa generasi millennial menggunakan Instagram karena mengikuti tren sosial dan mencari informasi. Sedangkan, penyebab terjadinya FOMO adalah karena faktor sosial dan faktor personal (Ningyastuti, 2021).

Penelitian terbaru mengenai kehadiran TikTok akun resmi @jakartafairid dalam mempromosikan Jakarta Fair memiliki beberapa pembeda, persamaan, dan urgensi dengan tiga penelitian terdahulu.

Penelitian ini fokus pada kehadiran akun resmi @jakartafairid di TikTok yang digunakan sebagai media promosi *event* JFK, dengan menggunakan format video singkat dan menghibur untuk memaksimalkan minat pengguna. Pembeda utama terletak pada objek penelitian dan platform yang digunakan untuk promosi. Sementara penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada analisis isi konten mengenai edukasi di TikTok (@buiramira), lalu pemanfaatan platform Tiktok sebagai media promosi (@suasanakopi) yang diperoleh dengan wawancara mendalam,

selanjutnya penelitian FoMO pada generasi millennial yang berfokus pada penggunaan platform Instagram.

Penelitian juga ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Namun, metode penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*) dengan pendekatan semiotik Roland Barthes, yang memfokuskan pada tanda-tanda dan pelambangan dalam konten TikTok. Persamaan lainnya adalah dalam memperoleh data melalui dokumentasi tangkapan layar (*screenshot*) konten TikTok.

Penelitian terbaru memberikan kontribusi pada pemahaman tentang kehadiran akun resmi @jakartafairid di TikTok dalam upaya promosi terkait *Jakarta Fair*. Urgensinya terletak pada pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana platform ini dapat menarik minat dan keingintahuan pengguna terhadap *event* tertentu. Sementara itu, penelitian terdahulu memberikan landasan untuk memahami pemanfaatan TikTok dalam konteks edukasi dan promosi pada akun @buiramira dan @suasanakopi. Secara keseluruhan, penelitian-penelitian ini dapat saling melengkapi untuk membentuk gambaran yang lebih lengkap tentang peran TikTok dalam berbagai konteks.

Kerangka Pemikiran Konseptual ini terdiri dari beberapa bagian. Pertama, mengenai media sosial TikTok, yang merupakan platform video musik Tiongkok yang diperkenalkan pada bulan September 2016. TikTok memungkinkan pengguna membuat video pendek berdurasi hingga 3 menit, yang sangat populer di berbagai kalangan termasuk orang dewasa, anak-anak, dan remaja (Nugroho dalam Salsabila et al., 2021). Pengguna TikTok didominasi oleh kaum muda usia 18-24 tahun (34,9%), usia 25-34 tahun (28,2%), dan usia 13-17 tahun (14,4%) (Santika, 2023).

Menurut Malimbe et al. (2021), TikTok memungkinkan pengguna membuat video pendek menarik dengan berbagai efek dan musik yang bisa dibagikan kepada pengguna lainnya. Banyak orang yang membuat video menarik di TikTok dan menjadi terkenal, sampai menjadi tren di masyarakat. TikTokers adalah sebutan bagi pengguna TikTok yang mengekspresikan diri melalui konten TikTok dan bisa menginspirasi orang lain. Semakin unik video yang diunggah, semakin banyak pengguna lain yang tertarik menyaksikannya, yang mendorong pengguna TikTok untuk kreatif dalam membuat video pendek yang menarik. TikTok dilengkapi dengan berbagai fitur seperti musik, sticker, efek, filter, dan fungsi pengubah suara, teks, dan gambar.

Menurut Deriyanto & Qorib (2018), terdapat dua faktor yang berperan dalam perubahan diri individu, yaitu faktor internal seperti perasaan, sikap, karakter, dan motivasi, serta faktor eksternal seperti informasi yang diperoleh dan hal-hal baru yang familiar. Perasaan ini dapat ditemukan dalam media sosial seperti TikTok, di mana pengguna dapat mengekspresikan perasaan melalui konten video. TikTok memiliki potensi mengubah perasaan seseorang dengan berbagai fiturnya. Faktor eksternal dimulai dari ketertarikan individu menggunakan TikTok karena informasi dan popularitas yang dihadirkan TikTok.

Selanjutnya, terdapat empat pilar strategi media sosial menurut Safko & Brake (2009): komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan. Komunikasi melibatkan interaksi dengan audiens dan penyampaian konten informasi mengenai perusahaan atau brand. Kolaborasi adalah proses di mana individu atau kelompok bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Edukasi adalah proses memberikan pengetahuan atau keterampilan kepada audiens melalui konten edukatif. Hiburan adalah upaya menyenangkan audiens dengan konten yang menarik. Indikator-indikator ini digunakan untuk menganalisis strategi media sosial sehingga informasi dapat lebih terarah ke target pasar.

Komunikasi pemasaran menurut Kusniadji adalah jenis komunikasi yang digunakan untuk memperkuat strategi pemasaran suatu perusahaan serta mengaplikasikan berbagai bentuk komunikasi untuk mendukung aktivitas pemasaran perusahaan tersebut (Y. A. Putri & Junaidi, 2020). Promosi adalah tindakan pemasaran untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, atau membujuk pasar sasaran agar lebih terbuka, membeli, dan mempertahankan kesetiaan terhadap produk atau layanan perusahaan (Radji & Kasim, 2018). Promosi mencakup semua elemen dalam bauran pemasaran yang berfungsi untuk melakukan komunikasi persuasif. Tujuan promosi adalah memicu keinginan konsumen untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. Strategi promosi mencakup kombinasi elemen-elemen promosi seperti iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan publisitas. Promosi dapat berjalan dengan baik jika didukung dengan alat promosi seperti *smartphone*, yang menjadi peluang bagi penyelenggara event untuk pemanfaatan promosi terutama pada media sosial. Promosi media sosial menjadi media pilihan karena praktis, proses cepat, dan jangkauannya luas. Namun, dibutuhkan kreativitas dan keterampilan tinggi dalam ide promosi.

Berdasarkan uraian di atas, permasalahan yang diteliti oleh peneliti adalah bagaimana konten TikTok @jakartafairid dalam mempromosikan event Jakarta Fair Kemayoran (JFK) tahun 2023. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konten TikTok @jakartafairid mempromosikan event JFK 2023.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif untuk menganalisis penggunaan media sosial TikTok dalam promosi event Jakarta Fair Kemayoran (JFK) 2023. Melalui pendekatan ini, peneliti mengamati fenomena dalam setting alaminya dan menggunakan berbagai metode pengumpulan data seperti wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi visual. Tipe penelitian ini bersifat interpretatif, bertujuan memahami interaksi pengguna TikTok dengan konten dan dampaknya terhadap perilaku dan minat mereka. Metode yang digunakan adalah analisis isi (content analysis) dengan teknik semiotik Roland Barthes, yang mempelajari tanda, penanda, dan petanda untuk menguraikan makna dalam konten TikTok. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik purposive sampling, mengumpulkan data primer dari screenshot konten akun @jakartafairid dan data sekunder dari e-journal serta portal berita online. Analisis data melibatkan identifikasi pesan, visual, gaya komunikasi, dan respons pengguna. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi, membandingkan hasil analisis dengan fenomena nyata dan sumber artikel online terkait. Penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana TikTok digunakan untuk promosi dan publikasi JFK 2023, serta bagaimana konten kreatif di TikTok dapat menarik minat masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks penelitian ini, dilakukan pengamatan terhadap video konten promosi yang diunggah oleh akun @jakartafairid, setelah melakukan pemilihan video konten. Video konten yang sudah dipilih akan dibagi berdasarkan teori empat pilar strategi media sosial, yaitu *communication* (komunikasi), *collaboration* (kolaborasi), *education* (edukasi), dan *entertainment* (hiburan). Selanjutnya, akan dilakukan analisis sesuai dengan teori semiotika milik Roland Barthes.

Konten 1

Tabel 3.1. 1. Data Konten 1

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	17.8k likes	411 comments	3.533 shares

Tabel 3.1. 2. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 1

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>"Ada apa aja sih di Jakarta Fair 2023?"</p> <p>Sorotan video yang menampilkan <i>tenant</i> dan <i>booth</i> yang ada di Jakarta Fair serta menginformasikan bahwa terdapat berbagai spot menarik yang ditawarkan untuk dikunjungi oleh masyarakat yang menyaksikan konten.</p>	<p>Dalam Video berjudul "Ada apa aja sih di Jakarta Fair 2023? Yuk ikut kita". Menampilkan pemandangan sekeliling Jakarta Fair sesuai dengan teks dan <i>voiceover</i> yang muncul. Menjelaskan bahwa Jakarta Fair adalah pameran terbesar, terlengkap, dan terlama di Asia Tenggara. Menampilkan diskon-diskon di berbagai kategori produk, serta spot-spot foto yang keren dan estetik di Jakarta Fair. Menunjukkan toko-toko UMKM yang didukung oleh Jakarta Fair.</p>	<p>Bertujuan untuk mengundang pemirsa untuk mengeksplorasi Jakarta Fair 2023 dengan menyoroti berbagai pengalaman yang ditawarkan. Jakarta Fair merupakan tempat yang menawarkan beragam diskon, spot foto menarik, dan mendukung UMKM, sehingga cocok untuk berbagai jenis pengunjung, termasuk pasangan, sahabat, atau keluarga. Kesimpulan video dengan merujuk ke "Part 2" menggugah rasa penasaran pemirsa dan membangun ekspektasi untuk lanjutan dari apa yang telah ditampilkan dalam video tersebut.</p>	<p>Adanya berbagai elemen yang membuat Jakarta Fair menarik, termasuk diskon besar, spot foto keren, dan dukungan terhadap UMKM. Semua elemen ini bertujuan untuk mengundang pemirsa untuk mengeksplorasi pameran tersebut.</p>

Konten 1 berjudul "Ada apa aja sih di Jakarta Fair 2023? Yuk ikut kita" menampilkan pemandangan sekeliling Jakarta Fair dengan teks dan *voiceover* yang memberikan informasi.

Video tersebut menjelaskan bahwa Jakarta Fair adalah pameran terbesar, terlengkap, dan terlama di Asia Tenggara. Dalam video ini, ditampilkan berbagai diskon di berbagai kategori produk serta spot-spot foto yang keren dan estetik di Jakarta Fair. Selain itu, video juga menunjukkan toko-toko UMKM yang didukung oleh Jakarta Fair. Tujuannya adalah mengundang pemirsa untuk mengeksplorasi Jakarta Fair 2023 dengan menyoroti berbagai pengalaman yang ditawarkan, mencakup diskon besar, spot foto menarik, dan dukungan terhadap UMKM. Video ini diakhiri dengan merujuk pada "Part 2," yang menggugah rasa penasaran pemirsa dan membangun ekspektasi untuk lanjutan dari apa yang telah ditampilkan.

Konten di atas mengajak untuk menikmati dan mengeksplorasi berbagai aspek menarik yang ditawarkan oleh Jakarta Fair. Dengan menyoroti diskon besar-besaran, video ini menciptakan kesan bahwa Jakarta Fair adalah tempat yang sangat menarik bagi para pemburu diskon. Spot foto yang keren dan estetik menambahkan dimensi visual yang menarik, menjadikan Jakarta Fair sebagai destinasi yang Instagrammable dan menarik bagi generasi muda yang gemar berbagi momen di media sosial. Selain itu, dukungan terhadap UMKM menunjukkan bahwa Jakarta Fair juga peduli terhadap pengembangan ekonomi lokal, menambahkan nilai sosial dan ekonomi pada acara tersebut. Ajakan untuk menonton "Part 2" menciptakan rasa penasaran dan ekspektasi di kalangan pemirsa, mendorong mereka untuk terus terlibat dan mencari informasi lebih lanjut.

Konten tersebut membentuk mitos bahwa Jakarta Fair adalah destinasi yang komprehensif dan inklusif yang menawarkan sesuatu untuk semua orang, terlepas dari minat dan kebutuhan mereka. Diskon besar menunjukkan bahwa Jakarta Fair adalah tempat untuk mendapatkan produk dengan harga terbaik, memperkuat pandangan bahwa pameran ini memberikan nilai ekonomi yang signifikan bagi pengunjung. Spot foto yang menarik memperkuat mitos bahwa Jakarta Fair adalah tempat yang estetik dan layak untuk dibagikan di media sosial, menambah daya tarik visual yang modern dan trend (Nasrul, 2024). Dukungan terhadap UMKM menunjukkan bahwa Jakarta Fair berkomitmen untuk mendukung ekonomi lokal dan memberdayakan pengusaha kecil, menciptakan citra bahwa acara ini tidak hanya komersial tetapi juga memiliki dampak sosial positif. Dengan menyajikan berbagai elemen menarik ini, video ini memperkuat pandangan bahwa Jakarta Fair adalah acara yang wajib dikunjungi dan menawarkan pengalaman yang menyenangkan dan berharga bagi semua kalangan. Konten tersebut efektif dalam menampilkan berbagai aspek yang membuat Jakarta Fair menarik dan layak untuk dikunjungi. Dengan menggunakan visual yang menarik dan narasi yang informatif, video ini berhasil menarik perhatian dan minat audiens TikTok yang beragam. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk menginformasikan tetapi juga untuk mengundang interaksi dan keterlibatan lebih lanjut, terutama dengan ajakan untuk menonton "Part 2." Dengan demikian, video ini berhasil membangun antisipasi dan ekspektasi, mendorong penonton untuk terus mengikuti dan berpartisipasi dalam acara tersebut.

Konten 2

Tabel 3.1. 3. Data Konten 2

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	509 likes	41 comments	66 shares

Tabel 3.1. 4. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 2

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>“Keliling Jakarta Fair naik bus mirip bajaj”</p> <p>Menampilkan gambar dari transportasi bus berwarna merah dengan desain unik dan menarik mirip bajaj yang disebut sebagai wara wiri Jakarta Fair. Memuat informasi bahwa pengunjung dapat menikmati transportasi tersebut untuk berkeliling menikmati suasana Jakarta Fair.</p>	<p>Dalam video ini memiliki sebuah komentar dari video sebelumnya yang bertanya, "naik wara wiri, bayar kah?" Dengan judul video "Keliling Jakarta Fair Naik Bus Mirip Bajaj". Menampilkan pengunjung yang menaiki bus di Jakarta Fair. Menjelaskan konsep bus yang dirancang mirip bajaj, dengan titik-titik pemberhentian yang didesain mirip halte. Menjelaskan rute bus tersebut dari Gedung Pusat Niaga ke Gambir Expo, dengan tarif pulang-pergi sebesar 18 ribu dan sekali perjalanan seharga 10 ribu. Teks penonton diundang untuk memeriahkan Jakarta Fair dan membeli tiketnya melalui website resmi Jakarta Fair, yaitu www.jakartafair.co.id.</p>	<p>Bertujuan untuk memberikan informasi tentang layanan transportasi di Jakarta Fair, khususnya bus yang mirip bajaj. Pengunjung Jakarta Fair dapat menikmati pengalaman unik berkeliling area pameran menggunakan bus dengan konsep yang menarik. Mengajak pemirsa untuk memanfaatkan ayanan tersebut dengan menekankan tarif yang terjangkau dan memberikan informasi tentang cara membeli tiket.</p>	<p>Dalam Video wara wiri menjadi sorotan sebagai transportasi internal yang unik dan praktis. Wara wiri di tempat wisata atau event besar seperti Jakarta Fair mencerminkan kenyamanan dan kemudahan bagi pengunjung dalam menjelajahi area yang luas. Pandangan masyarakat terhadap wara wiri sebagai transportasi yang nyaman, efisien, dan menarik menjadikannya daya tarik tersendiri. Selain mempermudah mobilitas, kendaraan ini memberikan pengalaman berbeda dan meningkatkan reputasi positif acara atau tempat tersebut, menambah kepuasan dan minat pengunjung.</p>

Konten 2 berjudul "Keliling Jakarta Fair Naik Bus Mirip Bajaj" menampilkan pengunjung yang menaiki bus di Jakarta Fair. Video ini menjelaskan konsep bus yang dirancang mirip bajaj, dengan titik-titik pemberhentian yang didesain mirip halte. Bus tersebut melayani rute dari Gedung Pusat Niaga ke Gambir Expo, dengan tarif pulang-pergi sebesar 18 ribu rupiah dan sekali perjalanan seharga 10 ribu rupiah. Teks dalam video mengundang penonton untuk memeriahkan Jakarta Fair dan membeli tiketnya melalui website resmi Jakarta Fair, yaitu www.jakartafair.co.id. Elemen-elemen ini memberikan informasi praktis tentang layanan transportasi di Jakarta Fair, menjelaskan rute, tarif, dan cara mengakses layanan tersebut, serta mengarahkan penonton untuk membeli tiket acara melalui situs resmi.

Konten di atas bertujuan untuk memberikan informasi tentang layanan transportasi unik di Jakarta Fair, yaitu bus yang dirancang mirip bajaj. Konotasi yang dihasilkan adalah menciptakan kesan bahwa Jakarta Fair tidak hanya menyediakan acara dan pameran, tetapi juga memperhatikan kenyamanan pengunjung dalam menjelajahi area yang luas. Dengan menekankan tarif yang terjangkau dan rute yang jelas, video ini menunjukkan bahwa layanan transportasi ini mudah diakses dan bermanfaat bagi pengunjung. Desain bus yang mirip bajaj menambahkan elemen menarik dan unik, menciptakan pengalaman berbeda yang dapat meningkatkan daya tarik dan kepuasan pengunjung. Ajakan untuk membeli tiket melalui situs resmi juga menunjukkan upaya untuk mempermudah akses dan meningkatkan partisipasi.

Konten tersebut membentuk mitos bahwa wara wiri di tempat wisata atau *event* besar seperti Jakarta Fair mencerminkan kenyamanan dan kemudahan bagi pengunjung dalam menjelajahi area yang luas. Dalam budaya masyarakat, wara wiri sering dianggap sebagai solusi praktis dan efisien untuk transportasi internal di acara besar. Dengan menampilkan bus yang mirip bajaj, video ini memperkuat pandangan bahwa transportasi dalam acara haruslah menarik dan menyenangkan, selain fungsional (Itsaini & Widyanti, 2023). Selain mempermudah mobilitas, kendaraan ini memberikan pengalaman berbeda dan meningkatkan reputasi positif acara atau tempat tersebut. Mitos ini mengajarkan bahwa kenyamanan, kemudahan, dan pengalaman unik adalah bagian penting dari suatu acara besar, menjadikan Jakarta Fair lebih menarik dan diinginkan oleh pengunjung. Konten tersebut efektif dalam menyampaikan pesan bahwa Jakarta Fair menawarkan layanan transportasi unik dan menarik yang meningkatkan pengalaman pengunjung. Dengan menggunakan visual yang menarik dan informasi yang jelas, video ini berhasil menarik perhatian dan minat audiens TikTok yang beragam. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk menginformasikan tetapi juga untuk mengundang interaksi dan keterlibatan lebih lanjut. Menyoroti layanan bus mirip bajaj menunjukkan bahwa Jakarta Fair berkomitmen untuk memberikan kenyamanan dan pengalaman berbeda yang menyenangkan bagi pengunjung.

Konten 3

Tabel 3.1. 5. Data Konten 3

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	2.516 likes	146 comments	188 shares

Tabel 3.1. 6. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 3

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>Caption “Sobat JFK yuk hadiri <i>Opening Ceremony</i>” “Dan juga ada pesta kembang api meriah”</p> <p>Menampilkan suasana ramai dan meriahnya orang-orang berkumpul dan menyaksikan pesta kembang api yang akan dinikmati pada <i>Opening Ceremony</i> Jakarta Fair 2023.</p>	<p>Video “Sobat JFK yuk hadiri <i>Opening Ceremony</i>” menginformasikan bahwa Jakarta Fair 2023 resmi dibuka hari ini dengan berbagai acara menarik. Pembukaan ini akan dihadiri oleh Presiden Bapak Ir. H. Joko Widodo. Dalam video tersebut juga disebutkan bahwa akan ada penampilan konser dari band <i>The Rain</i> serta pesta kembang api yang meriah. Penonton diundang untuk membeli tiket secara <i>online</i> melalui <i>website</i> resmi Jakarta Fair.</p>	<p>Bertujuan untuk membangkitkan antusiasme dan ketertarikan masyarakat terhadap pembukaan Jakarta Fair 2023. Kehadiran Presiden Joko Widodo memberikan kesan penting dan prestisius pada acara tersebut, menambah daya tarik bagi masyarakat. Penampilan konser dari <i>The Rain</i> dan pesta kembang api dirancang untuk menciptakan suasana yang meriah dan spektakuler, yang bertujuan untuk mengundang pengunjung untuk datang dan menikmati acara tersebut. Promosi pembelian tiket <i>online</i> menunjukkan modernitas dan kemudahan akses bagi pengunjung.</p>	<p>Bahwa pesta kembang api merupakan elemen penting dalam <i>event-event</i> besar karena mampu menarik perhatian dan meningkatkan antusiasme masyarakat. Kembang api sering kali dianggap sebagai simbol perayaan dan kemeriahan, mampu menciptakan momen yang mengesankan dan tak terlupakan. Dalam budaya Indonesia, pesta kembang api menambah elemen visual yang spektakuler dan memberikan pengalaman yang memukau bagi penonton, sehingga meningkatkan daya tarik acara secara keseluruhan.</p>

Konten 3 berjudul “Sobat JFK yuk hadir *Opening Ceremony*” menginformasikan bahwa Jakarta Fair 2023 resmi dibuka hari ini dengan berbagai acara menarik. Video tersebut menyebutkan bahwa pembukaan akan dihadiri oleh Presiden Bapak Ir. H. Joko Widodo, serta menampilkan penampilan konser dari *band The Rain* dan pesta kembang api yang meriah. Selain itu, penonton diundang untuk membeli tiket secara *online* melalui website resmi Jakarta Fair. Elemen-elemen ini menyajikan informasi faktual tentang acara pembukaan Jakarta Fair, tokoh penting yang akan hadir, hiburan yang ditawarkan, dan cara praktis untuk membeli tiket.

Konten di atas untuk membangkitkan antusiasme dan ketertarikan masyarakat terhadap pembukaan Jakarta Fair 2023. Kehadiran Presiden Joko Widodo memberikan kesan penting dan prestisius pada acara tersebut, menambah daya tarik dan meningkatkan legitimasi acara di mata masyarakat. Penampilan konser dari *The Rain* dan pesta kembang api dirancang untuk menciptakan suasana yang meriah dan spektakuler, yang bertujuan untuk mengundang pengunjung untuk datang dan menikmati acara tersebut. Ajakan untuk membeli tiket secara *online* menunjukkan bahwa Jakarta Fair mengadopsi teknologi modern untuk memudahkan akses bagi pengunjung, menekankan kenyamanan dan kemudahan sebagai nilai tambah dalam pengalaman pengunjung.

Konten tersebut membentuk mitos bahwa pesta kembang api merupakan elemen penting dalam *event-event* besar karena mampu menarik perhatian dan meningkatkan antusiasme masyarakat. Kembang api sering kali dianggap sebagai simbol perayaan dan kemeriahan, mampu menciptakan momen yang mengesankan dan tak terlupakan (Munnerlynpyro, 2023). Kehadiran seorang tokoh penting seperti Presiden Joko Widodo memperkuat pandangan bahwa acara ini memiliki signifikansi nasional dan layak untuk dihadiri. Dalam budaya Indonesia, pesta kembang api menambah elemen visual yang spektakuler dan memberikan pengalaman yang memukau bagi penonton, sehingga meningkatkan daya tarik acara secara keseluruhan. Mitos ini menggarisbawahi pentingnya elemen-elemen visual dan simbolik dalam menciptakan acara yang sukses dan menarik banyak pengunjung. Konten tersebut efektif dalam menyampaikan pesan bahwa pembukaan Jakarta Fair 2023 adalah acara yang penting, meriah, dan layak untuk dihadiri. Dengan menampilkan informasi tentang kehadiran Presiden Joko Widodo, video ini memberikan kesan prestisius dan penting pada acara tersebut. Hal ini menarik perhatian masyarakat yang mungkin tertarik untuk melihat atau menjadi bagian dari acara yang dihadiri oleh tokoh penting nasional. Penampilan konser dari *The Rain* dan pesta kembang api yang meriah menambah elemen hiburan yang menarik, mendorong orang untuk datang dan menikmati suasana meriah yang ditawarkan.

Konten 4

Tabel 3.1. 7. Data Konten 4

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	442 likes	29 comments	27 shares

Tabel 3.1. 8. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 4

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>“Ini dia oleh-oleh yang bisa dibeli setahun sekali dan wajib diborong”</p> <p>Menampilkan satu orang lelaki muda dan satu orang perempuan muda yang sedang memegang kerajinan ondel-ondel versi mini dan tas belanja sebagai bentuk oleh-oleh yang ditawarkan pada calon pengunjung untuk dibeli saat mengunjungi Jakarta Fair.</p>	<p>Dalam Video ini mengawali dengan teks dan <i>voiceover</i> yang menyebutkan oleh-oleh yang hanya dapat dibeli setahun sekali dan diharuskan untuk diborong. Konten video menampilkan dua orang, seorang wanita dan seorang pria, yang memegang produk oleh-oleh dari Jakarta Fair. Mereka memperlihatkan produk tersebut kepada kamera. Video dilanjutkan dengan penjelasan mengenai beberapa produk oleh-oleh, seperti kaos yang nyaman dan tersedia dalam berbagai warna dan desain <i>iconic</i>. Kemudian, ditampilkan pernak-pernik unik, seperti boneka beruang Jakarta Fair, pajangan bajaj dan ondel-ondel, gelas, asbak, dan balon ondel-ondel. Video diakhiri dengan pengingat Jakarta Fair akan dibuka pada tanggal 14 Juni - 16 Juli 2023 di JIEXPO Kemayoran.</p>	<p>Menciptakan gambaran tentang beragam oleh-oleh yang tersedia di Jakarta Fair, menggugah minat pemirsa untuk membeli dan membawa pulang kenang-kenangan dari acara tersebut. Pesan konotatifnya adalah bahwa oleh-oleh dari Jakarta Fair adalah sesuatu yang istimewa dan bernilai, karena hanya tersedia sekali dalam setahun. Dengan menampilkan berbagai produk oleh-oleh, video ini bertujuan untuk memperlihatkan kepada pemirsa bahwa Jakarta Fair tidak hanya tentang hiburan dan belanja, tetapi juga tentang menciptakan kenangan yang tak terlupakan. Selain itu, pengingat tentang tanggal pembukaan Jakarta Fair memperkuat dorongan untuk mengunjungi acara tersebut.</p>	<p>Menggarisbawahi pentingnya oleh-oleh, sebuah tradisi di mana orang membawa buah tangan ketika bepergian. Penggunaan kata "oleh-oleh" dalam konten ini menarik perhatian masyarakat karena menekankan kebiasaan membawa pulang kenang-kenangan yang khas dan unik dari Jakarta Fair. Mitos ini menggambarkan bahwa oleh-oleh bukan sekadar barang, melainkan simbol pengalaman dan kenangan yang tak terlupakan. Dengan menonjolkan beragam produk oleh-oleh yang hanya tersedia setahun sekali, video ini menguatkan daya tarik Jakarta Fair dan mendorong masyarakat untuk mengunjunginya demi mendapatkan oleh-oleh istimewa tersebut.</p>

Konten 4 yang berjudul "Oleh-Oleh Jakarta Fair 2023" menampilkan dua orang, seorang wanita dan seorang pria, yang memamerkan berbagai produk oleh-oleh dari Jakarta Fair. Dalam video tersebut, mereka menunjukkan dan menjelaskan beberapa jenis produk, seperti kaos yang nyaman dengan berbagai warna dan desain ikonik, boneka beruang Jakarta Fair, pajangan bajaj dan ondel-ondel, gelas, asbak, dan balon ondel-ondel yang dapat ditinju. Teks dan *voiceover* dalam video menyebutkan bahwa oleh-oleh ini hanya dapat dibeli setahun sekali, sehingga sangat dianjurkan untuk diborong. Video diakhiri dengan informasi mengenai tanggal pembukaan Jakarta Fair 2023, yaitu dari 14 Juni hingga 16 Juli di JIEXPO Kemayoran.

Konten di atas berupaya menciptakan kesan bahwa oleh-oleh dari Jakarta Fair adalah sesuatu yang istimewa dan bernilai, karena ketersediaannya yang terbatas hanya sekali dalam setahun. Menampilkan berbagai produk oleh-oleh yang unik dan khas memperlihatkan bahwa Jakarta Fair menawarkan lebih dari sekadar hiburan dan belanja; *event* ini juga memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk membawa pulang kenangan yang berharga. Pesan konotatif yang dihadirkan adalah bahwa membeli oleh-oleh dari Jakarta Fair akan memberikan pengalaman yang tak terlupakan dan memperkaya momen kunjungan mereka. Dengan demikian, video ini tidak hanya mempromosikan produk-produk oleh-oleh tetapi juga menciptakan dorongan emosional bagi pemirsa untuk tidak melewatkan kesempatan ini.

Konten tersebut membentuk mitos bahwa oleh-oleh bukan hanya barang biasa, melainkan simbol dari pengalaman dan kenangan yang tak terlupakan. Dalam budaya Indonesia, membawa oleh-oleh setelah bepergian adalah sebuah tradisi yang penting dan dihargai. Oleh-oleh dianggap sebagai buah tangan yang membawa kebahagiaan dan kenangan dari tempat yang dikunjungi (Alamin, 2024). Dengan menekankan bahwa oleh-oleh ini hanya tersedia setahun sekali di Jakarta Fair, video ini menggarisbawahi nilai keistimewaan produk tersebut. Mitos ini juga memperkuat pandangan bahwa mengunjungi Jakarta Fair tidak hanya tentang menikmati berbagai hiburan dan belanja, tetapi juga tentang membawa pulang sesuatu yang dapat dikenang dan dibagikan dengan orang lain. Konten tersebut juga memanfaatkan tradisi dan budaya lokal yang kuat, yaitu membawa oleh-oleh, untuk memperkuat pesan pemasaran. Dengan menonjolkan keunikan produk oleh-oleh dari Jakarta Fair, video ini mengaitkan *event* tersebut dengan nilai-nilai budaya yang dihargai, sehingga meningkatkan relevansi dan daya tarik acara bagi masyarakat luas.

Konten 5

Tabel 3.1. 9. Data Konten 5

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	134 likes	5 comments	9 shares

Tabel 3.1. 10. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 5

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>“Setahun sekali sih jadi wajib kesini”</p> <p>Menampilkan 3 orang perempuan muda yang sedang diwawancara. Terlihat dari <i>caption</i> “Apa sih kata mereka tentang Jakarta Fair?” yang membantu menginformasikan kepada calon pengunjung dan menggiring opini mereka bahwa Jakarta Fair “Setahun sekali sih jadi wajib kesini.”</p>	<p>Dalam video ini, akun resmi Jakarta Fair (JFK) mewawancarai berbagai pengunjung mengenai pengalaman mereka di <i>event</i> tersebut. Para pengunjung menjawab pertanyaan seperti tujuan mereka datang ke Jakarta Fair, apa yang membuat Jakarta Fair istimewa, dari mana mereka mengetahui tentang acara ini, dan kesan tiga kata mereka tentang Jakarta Fair. Beberapa jawaban termasuk mencari promo, menikmati acara yang hanya diadakan setahun sekali, dan mengetahui tentang acara ini dari media sosial seperti TikTok. Video diakhiri dengan para pengunjung memberikan tiga kata yang menggambarkan Jakarta Fair sebagai “keren abis, seru, mantep.”</p>	<p>Bertujuan untuk menunjukkan antusiasme dan kepuasan pengunjung terhadap Jakarta Fair. Dengan menampilkan berbagai pendapat positif dari pengunjung, video ini memperlihatkan Jakarta Fair sebagai acara yang tidak hanya menarik banyak orang, tetapi juga memberikan pengalaman yang berkesan dan memuaskan. Selain itu, tanggapan yang menyebutkan promosi dan diskon menarik serta kepopuleran acara di media sosial menekankan bahwa Jakarta Fair adalah acara yang mengikuti tren dan kebutuhan masyarakat saat ini.</p>	<p>Bahwa Jakarta Fair adalah destinasi yang wajib dikunjungi, penuh dengan promosi menarik dan aktivitas yang seru, serta sangat populer di kalangan pengguna media sosial. Dengan menampilkan testimoni dari pengunjung yang mengetahui acara ini dari TikTok dan media sosial lainnya, video ini memperkuat pandangan bahwa kehadiran di Jakarta Fair adalah tren yang sedang hangat dan menjadi pembicaraan luas. Hal ini mendorong orang-orang untuk merasa bahwa mereka tidak boleh melewatkan acara ini jika ingin tetap relevan dan <i>up-to-date</i> dengan tren terkini. Video ini juga menciptakan persepsi bahwa Jakarta Fair adalah kesempatan unik yang hanya datang setahun sekali, menjadikannya lebih bernilai dan mendesak untuk dihadiri.</p>

Konten 5 menampilkan wawancara dengan berbagai pengunjung Jakarta Fair, yang menjawab pertanyaan tentang pengalaman mereka di acara tersebut. Mereka berbagi tujuan mereka datang, apa yang membuat Jakarta Fair istimewa bagi mereka, bagaimana mereka mengetahui tentang *event* ini, dan kesan tiga kata mereka tentang Jakarta Fair. Video diakhiri dengan pengunjung memberikan tiga kata yang menggambarkan Jakarta Fair.

Konten di atas untuk menunjukkan antusiasme dan kepuasan pengunjung terhadap Jakarta Fair. Dengan menampilkan berbagai pendapat positif dari pengunjung, video ini memperlihatkan Jakarta Fair sebagai acara yang tidak hanya menarik banyak orang, tetapi juga memberikan pengalaman yang berkesan dan memuaskan. Tanggapan yang menyebutkan promosi dan diskon menarik serta kepopuleran acara di media sosial menekankan bahwa Jakarta Fair adalah acara yang mengikuti tren dan kebutuhan masyarakat saat ini. Selain itu, wawancara dengan pengunjung yang mengetahui acara ini dari TikTok dan media sosial lainnya memperkuat pandangan bahwa kehadiran di Jakarta Fair adalah tren yang sedang hangat dan menjadi pembicaraan luas.

Konten tersebut membentuk mitos bahwa Jakarta Fair adalah destinasi yang wajib dikunjungi, penuh dengan promosi menarik dan aktivitas yang seru, serta sangat populer di kalangan pengguna media sosial. Dengan menampilkan testimoni dari pengunjung yang mengetahui acara ini dari TikTok dan media sosial lainnya, video ini memperkuat pandangan bahwa kehadiran di Jakarta Fair adalah tren yang sedang hangat dan menjadi pembicaraan luas (Anderson, 2023). Hal ini mendorong orang-orang untuk merasa bahwa mereka tidak boleh melewatkan acara ini jika ingin tetap relevan dan *up-to-date* dengan tren terkini. Video ini juga menciptakan persepsi bahwa Jakarta Fair adalah kesempatan unik yang hanya datang setahun sekali, menjadikannya lebih bernilai dan mendesak untuk dihadiri. Dengan menampilkan wawancara dari pengunjung yang memberikan testimonial positif tentang Jakarta Fair, video ini menciptakan hubungan emosional antara calon pengunjung dan acara, serta membangun *buzz* di media sosial. Penggunaan platform TikTok untuk mempromosikan testimoni langsung dari pengunjung juga menciptakan kesan bahwa Jakarta Fair adalah acara yang modern dan mengikuti tren, sesuai dengan preferensi dan kebiasaan konsumen saat ini.

Konten 6

Tabel 3.1. 11. Data Konten 6

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	249 likes	21 comments	3 shares

Tabel 3.1. 12. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 6

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>“Centang biru yang udah main ke Jakarta Fair 2023”</p> <p>Menampilkan <i>public figure</i> yang ikut serta hadir memeriahkan Jakarta Fair. Melalui caption “Ke Jakarta Fair ketemu <i>Public Figure</i>?! Wah enak banget! sebagai informasi bahwa Jakarta Fair ikut berkolaborasi dengan <i>public figure</i>.”</p>	<p>Dalam video ini, Jakarta Fair menampilkan sejumlah <i>public figure</i> dan <i>influencer</i> yang telah mengunjungi <i>event</i> tersebut, termasuk Persija Jakarta, Fadil Jaidi dan Pak Muh, Raim La Ode, Arifin Putra, Nicky Tirta, Kemendagri, Haico Van Der Veken, Tanboy Kun, Lucinta Luna, Gabriel Prince, Darius Sinathrya, dan <i>Chef</i> Juna. Video tersebut menunjukkan mereka menikmati berbagai kegiatan di Jakarta Fair, mulai dari menikmati makanan, berinteraksi dengan penggemar, hingga berpartisipasi dalam <i>event-event</i> khusus.</p>	<p>Bertujuan untuk menekankan daya tarik Jakarta Fair dengan menunjukkan bahwa <i>event</i> ini dihadiri oleh banyak <i>public figure</i> terkenal. Kehadiran mereka di Jakarta Fair memberikan pesan bahwa <i>event</i> ini adalah tempat yang populer dan prestisius, yang menarik perhatian orang-orang terkenal. Hal ini juga memberikan kesan bahwa pengunjung biasa bisa merasakan pengalaman yang sama menyenangkannya dengan yang dialami oleh para <i>influencer</i> dan selebriti. Dengan menampilkan wajah-wajah yang dikenal publik, video ini mengundang pemirsa untuk datang dan merasakan keseruan yang sama.</p>	<p>Bahwa kehadiran <i>public figure</i> dan <i>influencer</i> di Jakarta Fair meningkatkan kredibilitas dan daya tarik acara tersebut. Di era digital saat ini, tanda centang biru di media sosial melambangkan otoritas dan popularitas. Dengan menampilkan mereka yang memiliki status centang biru, Jakarta Fair menegaskan bahwa acara ini adalah tren yang sedang hangat dan patut dikunjungi. Ini menegaskan bahwa pengalaman yang dipromosikan oleh <i>influencer</i> memiliki nilai lebih, memengaruhi masyarakat untuk lebih tertarik dan terdorong untuk menghadiri acara tersebut, berharap untuk bisa bertemu atau bahkan berinteraksi dengan <i>public figure</i> tersebut.</p>

Konten 6 menampilkan sejumlah *public figure* dan *influencer* yang mengunjungi Jakarta Fair, termasuk Persija Jakarta, Fadil Jaidi dan Pak Muh, Raim La Ode, Arifin Putra, Nicky Tirta, Kemendagri, Haico Van Der Veken, Tanboy Kun, Lucinta Luna, Gabriel Prince, Darius Sinathrya, dan *Chef* Juna. Video tersebut memperlihatkan mereka menikmati berbagai kegiatan di Jakarta Fair, seperti menikmati makanan, berinteraksi dengan penggemar, hingga berpartisipasi dalam acara-acara khusus. Penonton dapat melihat momen-momen seru di mana para *public figure* ini berpartisipasi dalam berbagai aktivitas di Jakarta Fair.

Konten di atas bertujuan untuk menekankan daya tarik Jakarta Fair dengan menampilkan kehadiran *public figure* terkenal, yang memberikan pesan bahwa *event* ini populer dan prestisius. Kehadiran selebriti dan *influencer* menciptakan kesan bahwa Jakarta Fair adalah tempat yang menyenangkan dan wajib dikunjungi, di mana pengunjung bisa merasakan pengalaman seru yang sama dengan para *public figure*. Dengan menampilkan wajah-wajah yang dikenal publik, video

ini mengundang penonton untuk datang dan merasakan keseruan yang sama, menciptakan rasa penasaran dan keinginan untuk menjadi bagian dari pengalaman tersebut. Kehadiran para *influencer* juga menambah elemen kredibilitas dan daya tarik, karena pengikut mereka mungkin merasa lebih terdorong untuk menghadiri acara tersebut jika idola mereka merekomendasikannya.

Konten tersebut membentuk mitos bahwa kehadiran *public figure* dan *influencer* meningkatkan kredibilitas dan daya tarik suatu acara. Dalam era digital, tanda centang biru di media sosial melambangkan otoritas dan popularitas, sehingga menampilkan mereka yang memiliki status ini menegaskan bahwa Jakarta Fair adalah tren yang sedang hangat dan patut dikunjungi. Mitos ini memperkuat pandangan bahwa pengalaman yang dipromosikan oleh *influencer* memiliki nilai lebih dan dapat dipercaya, memengaruhi masyarakat untuk lebih tertarik dan terdorong untuk menghadiri acara tersebut, berharap untuk bisa bertemu atau bahkan berinteraksi dengan *public figure* tersebut (Webb, 2020). Ini juga mencerminkan pandangan bahwa popularitas dan persetujuan dari *public figure* dapat memvalidasi kualitas dan daya tarik suatu *event*, membuatnya lebih menarik bagi khalayak luas. Dengan menampilkan selebriti dan *influencer* terkenal yang menikmati *event* tersebut, video ini menciptakan daya tarik yang kuat bagi para pengikut mereka. Ini menunjukkan bahwa Jakarta Fair adalah acara yang patut dikunjungi, tidak hanya karena berbagai aktivitas menarik yang ditawarkan, tetapi juga karena kesempatan untuk bertemu dan berinteraksi dengan *public figure* favorit mereka.

Konten 7

Tabel 3.1. 13. Data Konten 7

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	126 likes	7 comments	13 shares

Tabel 3.1. 14. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 7

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>“Nyesel deh kalo ke Jakarta Fair ganyobain berbagai photobooth nya”</p> <p>Menampilkan <i>photobooth</i> menarik yang bisa dikunjungi di Jakarta Fair dengan tema dan dekorasi kreatif.</p>	<p>Dalam video ini, penonton diajak untuk menjelajahi berbagai <i>photobooth</i> yang tersedia di Jakarta Fair. Video ini menyoroti beberapa lokasi <i>photobooth</i> seperti di sebelah pintu masuk panggung utama (<i>Instaroom</i>), di dekat wahana Jurnal Risa, di <i>booth</i> IndiHome, <i>booth</i> Caffino, <i>booth</i> Kopi Kenangan, <i>booth</i> Es Teh Indonesia, <i>booth</i> Outside, dan <i>booth</i> Super Live. Setiap <i>photobooth</i> memiliki tema dan hadiah yang menarik bagi pengunjung yang berpartisipasi, seperti saldo LinkAja dan produk gratis. Video ini juga mendorong pengunjung untuk berfoto bersama teman atau pasangan di berbagai <i>photobooth</i> yang tersebar di seluruh area Jakarta Fair.</p>	<p>Bertujuan untuk menunjukkan bahwa Jakarta Fair bukan hanya tempat untuk belanja dan menonton konser, tetapi juga menawarkan banyak pengalaman interaktif dan menyenangkan, terutama melalui <i>photobooth</i>. Dengan menyoroti berbagai <i>photobooth</i> dan hadiah yang bisa didapatkan, video ini menggambarkan Jakarta Fair sebagai tempat yang penuh dengan aktivitas menarik dan kesempatan untuk membuat kenangan indah. Pesan tersembunyi dalam video ini adalah bahwa berfoto di <i>photobooth</i> adalah bagian dari pengalaman menyeluruh di Jakarta Fair, yang akan membuat kunjungan ke <i>event</i> ini lebih berkesan dan menyenangkan.</p>	<p>Bahwa <i>photobooth</i> telah menjadi tren yang tak terpisahkan dari tempat-tempat hiburan modern, terutama di kalangan anak muda. Di era media sosial, <i>photobooth</i> menawarkan kesempatan untuk mengambil foto-foto unik dan langsung berbagi di platform seperti Instagram dan TikTok, sehingga menambah daya tarik suatu acara atau tempat. Dengan menampilkan <i>photobooth</i> sebagai fitur utama di Jakarta Fair, video ini memperkuat gagasan bahwa mengunjungi <i>event</i> ini tanpa berfoto di <i>photobooth</i> berarti melewatkan bagian penting dari pengalaman tersebut. Tren ini mencerminkan kebutuhan generasi muda untuk mendokumentasikan dan membagikan setiap momen berharga dalam hidup mereka, sehingga <i>photobooth</i> menjadi fasilitas yang sangat dicari di berbagai <i>event</i> dan tempat hiburan.</p>

Konten 7 mengajak penonton untuk menjelajahi berbagai *photobooth* yang tersedia di Jakarta Fair. Lokasi *photobooth* disorot, termasuk di sekitar panggung utama, wahana Jurnal Risa, serta *booth* IndiHome, Caffino, Kopi Kenangan, Es Teh Indonesia, Outside, dan Super Live. Setiap

photobooth memiliki tema dan hadiah menarik bagi pengunjung yang berpartisipasi, seperti saldo LinkAja dan produk gratis. Video juga mendorong pengunjung untuk berfoto bersama teman atau pasangan di berbagai *photobooth* yang tersebar di seluruh area Jakarta Fair.

Konten di atas bertujuan untuk menunjukkan bahwa Jakarta Fair bukan hanya tempat untuk belanja dan menonton konser, tetapi juga menawarkan banyak pengalaman interaktif dan menyenangkan, terutama melalui *photobooth*. Dengan menyoroti berbagai *photobooth* dan hadiah yang bisa didapatkan, video ini menggambarkan Jakarta Fair sebagai tempat yang penuh dengan aktivitas menarik dan kesempatan untuk membuat kenangan indah. Pesan tersembunyi dalam video ini adalah bahwa berfoto di *photobooth* adalah bagian penting dari pengalaman menyeluruh di Jakarta Fair, yang akan membuat kunjungan ke *event* ini lebih berkesan dan menyenangkan.

Konten tersebut membentuk mitos bahwa *photobooth* telah menjadi tren yang tak terpisahkan dari tempat-tempat hiburan modern, terutama di kalangan anak muda. Di era media sosial, *photobooth* menawarkan kesempatan untuk mengambil foto-foto unik dan langsung berbagi di platform seperti Instagram dan TikTok, sehingga menambah daya tarik suatu acara atau tempat (Marketing, 2022). Dengan menampilkan *photobooth* sebagai fitur utama di Jakarta Fair, video ini memperkuat gagasan bahwa mengunjungi *event* ini tanpa berfoto di *photobooth* berarti melewatkan bagian penting dari pengalaman tersebut. Tren ini mencerminkan kebutuhan generasi muda untuk mendokumentasikan dan membagikan setiap momen berharga dalam hidup mereka, sehingga *photobooth* menjadi fasilitas yang sangat dicari di berbagai acara dan tempat hiburan. Konten ini berhasil menampilkan Jakarta Fair sebagai tempat yang menarik bagi anak muda yang gemar berfoto dan berbagi di media sosial.

Konten 8

Tabel 3.1. 15. Data Konten 8

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	22.7k likes	732 comments	5.959 shares

Tabel 3.1. 16. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 8

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
“Ini dia bedanya jam buka <i>weekdays</i> & <i>weekend</i> Jakarta Fair 2023”	Dalam video “Ini dia bedanya jam buka <i>weekdays</i> dan <i>weekend</i> Jakarta Fair 2023,” penonton diajak untuk mengingat jadwal operasional Jakarta Fair 2023 yang berlangsung dari 14 Juni hingga 16 Juli 2023. Video dimulai dengan pengingat tentang tanggal berlangsungnya Jakarta Fair. Dilanjutkan dengan informasi spesifik tentang jam buka dan tutup <i>event</i> di hari kerja dan akhir pekan. Pada hari Senin hingga Kamis, dibuka dari pukul 15.30 hingga 22.00, sedangkan pada hari Jumat, jam tutup diperpanjang hingga pukul 23.00. Pada hari Sabtu, Minggu, dan hari libur nasional, dibuka dari pukul 10.00 hingga 23.00. Video diakhiri dengan ajakan ke penonton untuk memberikan komentar tentang kapan mereka berencana mengunjungi Jakarta Fair.	Bertujuan untuk menciptakan antusiasme dan meningkatkan kesadaran penonton tentang fleksibilitas waktu kunjungan ke Jakarta Fair. Dengan memberikan informasi detail tentang jam buka, video ini menekankan bahwa Jakarta Fair dirancang untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi pengunjung di berbagai hari. Penyebutan tagar #serutanpabatas menambahkan elemen kegembiraan dan kebebasan, menggambarkan bahwa <i>event</i> ini menawarkan pengalaman yang seru tanpa batas waktu. Ajakan untuk berkomentar tentang rencana kunjungan juga meningkatkan interaksi antara penonton dan penyelenggara, menciptakan rasa kebersamaan dan keterlibatan.	Terbentuk bahwa fleksibilitas waktu kunjungan dan jadwal operasional yang panjang menunjukkan komitmen Jakarta Fair untuk menjadi acara inklusif yang dapat dinikmati oleh semua orang, terlepas dari kesibukan harian mereka. Dalam budaya kontemporer, acara yang menawarkan fleksibilitas dan kenyamanan waktu cenderung dianggap lebih menarik dan ramah pengunjung, terutama bagi keluarga dan pekerja yang memiliki jadwal yang padat. Dengan menekankan perbedaan jam buka antara hari kerja dan akhir pekan, video ini memperkuat pandangan bahwa Jakarta Fair adalah acara yang mengakomodasi berbagai kebutuhan pengunjung, menjadikannya pilihan utama untuk hiburan dan rekreasi di kota.

Konten 8 yang berjudul “Ini dia bedanya jam buka *weekdays* dan *weekend* Jakarta Fair 2023,” penonton diajak untuk mengingat jadwal operasional Jakarta Fair 2023 yang berlangsung dari 14 Juni hingga 16 Juli 2023. Video ini dimulai dengan pengingat tentang tanggal berlangsungnya acara, kemudian memberikan informasi rinci tentang jam buka dan tutup pada hari kerja dan akhir pekan. Pada hari Senin hingga Kamis, acara dibuka dari pukul 15.30 hingga 22.00, sedangkan pada hari Jumat, jam tutup diperpanjang hingga pukul 23.00. Pada hari Sabtu, Minggu, dan hari libur nasional, acara dibuka dari pukul 10.00 hingga 23.00. Video ini diakhiri dengan ajakan kepada penonton untuk memberikan komentar tentang kapan mereka berencana mengunjungi Jakarta Fair. Elemen-elemen ini merupakan bagian dari strategi pemasaran yang memanfaatkan visual dan teks untuk menyampaikan informasi penting secara jelas dan menarik perhatian penonton.

Konten di atas menciptakan antusiasme dan meningkatkan kesadaran penonton tentang fleksibilitas waktu kunjungan ke Jakarta Fair. Informasi detail tentang jam buka menunjukkan bahwa Jakarta Fair dirancang untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi pengunjung di berbagai hari. Penyebutan tagar #serutanpabatas menambahkan elemen kegembiraan dan kebebasan, menggambarkan bahwa *event* ini menawarkan pengalaman seru tanpa batas waktu. Ajakan untuk berkomentar tentang rencana kunjungan juga meningkatkan interaksi antara penonton dan penyelenggara, menciptakan rasa kebersamaan dan keterlibatan. Strategi ini bertujuan untuk membangun hubungan emosional dengan penonton, membuat mereka merasa diperhatikan dan terlibat dalam *event* tersebut.

Konten tersebut membentuk fleksibilitas waktu kunjungan dan jadwal operasional yang panjang menunjukkan komitmen Jakarta Fair untuk menjadi acara inklusif yang dapat dinikmati oleh semua orang, terlepas dari kesibukan harian mereka. Dalam budaya kontemporer, *event* yang menawarkan fleksibilitas dan kenyamanan waktu cenderung dianggap lebih menarik dan ramah pengunjung, terutama bagi keluarga dan pekerja yang memiliki jadwal yang padat (Highlight, 2022). Dengan menekankan perbedaan jam buka antara hari kerja dan akhir pekan, video ini memperkuat pandangan bahwa Jakarta Fair adalah *event* yang mengakomodasi berbagai kebutuhan pengunjung. Mitos ini berfungsi untuk menekankan bahwa Jakarta Fair adalah pilihan utama untuk hiburan dan rekreasi di kota, yang dapat diakses oleh siapa saja kapan saja, menambah daya tarik dan minat masyarakat untuk berpartisipasi. Konten ini efektif dalam menyampaikan pesan bahwa Jakarta Fair adalah *event* yang fleksibel dan ramah pengunjung. Dengan menyajikan informasi operasional secara jelas dan mengundang penonton untuk berinteraksi melalui komentar, video ini berhasil menciptakan keterlibatan yang lebih dalam dengan audiensnya.

Konten 9

Tabel 3.1. 17. Data Konten 9

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	18.5k likes	604 comments	2.787 shares

Tabel 3.1. 18. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 9

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>“Apa aja yang harus disiapkan ke Jakarta Fair”</p> <p>Menampilkan suasana padat pengunjung pada malam hari di Jakarta Fair.</p>	<p>Video “Apa aja yang harus disiapkan ke Jakarta Fair” memberikan panduan praktis bagi penonton tentang persiapan yang perlu dilakukan sebelum mengunjungi Jakarta Fair. Di dalam video tersebut, beberapa saran diberikan, seperti membeli tiket secara <i>online</i> untuk menghindari antrian panjang, membawa tas belanja, mengenakan pakaian yang nyaman, serta mengajak orang-orang terdekat seperti pasangan, teman dekat, dan keluarga. Video diakhiri dengan pengingat kepada penonton untuk tidak lupa menyiapkan semua yang diperlukan agar pengalaman mereka di Jakarta Fair lebih menyenangkan dan lancar.</p>	<p>Untuk menciptakan pengalaman berkunjung ke Jakarta Fair yang lebih mudah dan menyenangkan. Dengan menyoroti pentingnya membeli tiket secara <i>online</i>, video ini menekankan kemudahan dan efisiensi yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Saran untuk membawa tas belanja dan mengenakan pakaian yang nyaman bertujuan untuk memastikan kenyamanan dan kesiapan pengunjung dalam menikmati berbagai aktivitas di Jakarta Fair. Selain itu, ajakan untuk membawa serta orang-orang terdekat menggambarkan bahwa Jakarta Fair adalah acara yang ideal untuk dinikmati bersama dengan teman, pasangan, dan keluarga, menekankan elemen kebersamaan dan kesenangan.</p>	<p>Membentuk bahwa di era digital saat ini, segala sesuatu menjadi lebih mudah dan efisien dengan bantuan teknologi, termasuk pembelian tiket secara <i>online</i>. Dalam konteks budaya Indonesia yang dikenal dengan antriannya yang panjang dan ramai di berbagai <i>event</i>, membeli tiket <i>online</i> (<i>e-ticket</i>) menjadi solusi praktis untuk menghemat waktu dan mengurangi stres. Jakarta Fair, sebagai tujuan populer untuk liburan dan bersenang-senang, sering kali dipadati pengunjung, sehingga dengan membeli tiket secara <i>online</i>, pengunjung dapat menghindari kerumunan dan antrian yang panjang. Video ini mencerminkan pandangan bahwa teknologi dan kemudahan digital semakin penting dalam meningkatkan kualitas hidup dan pengalaman sehari-hari, khususnya dalam konteks acara-acara besar seperti Jakarta Fair. Hal ini menguatkan citra bahwa Jakarta Fair adalah acara modern yang peduli dengan kenyamanan dan kepuasan pengunjungnya.</p>

Konten 9 berjudul “Apa aja yang harus disiapkan ke Jakarta Fair,” penonton diberikan panduan praktis untuk persiapan sebelum mengunjungi Jakarta Fair. Video tersebut menyarankan beberapa langkah penting seperti membeli tiket secara *online* untuk menghindari antrian panjang, membawa tas belanja, mengenakan pakaian yang nyaman, serta mengajak orang-orang terdekat seperti pasangan, teman dekat, dan keluarga. Video ini diakhiri dengan pengingat kepada penonton untuk menyiapkan segala sesuatu yang diperlukan agar pengalaman mereka di Jakarta Fair lebih menyenangkan dan lancar. Elemen-elemen ini mencerminkan strategi pemasaran yang bertujuan memberikan informasi yang bermanfaat dan relevan untuk calon pengunjung, memastikan mereka siap untuk menikmati acara tanpa hambatan.

Konten di atas bertujuan untuk menciptakan pengalaman berkunjung ke Jakarta Fair yang lebih mudah dan menyenangkan. Dengan menekankan pentingnya membeli tiket secara *online*, video ini menyoroti kemudahan dan efisiensi yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Saran untuk membawa tas belanja dan mengenakan pakaian yang nyaman bertujuan untuk memastikan kenyamanan dan kesiapan pengunjung dalam menikmati berbagai aktivitas di Jakarta Fair. Selain itu, ajakan untuk membawa serta orang-orang terdekat menggambarkan bahwa Jakarta Fair adalah *event* yang ideal untuk dinikmati bersama teman, pasangan, dan keluarga, menekankan elemen kebersamaan dan kesenangan. Konotasi ini menekankan bahwa Jakarta Fair peduli dengan kenyamanan dan pengalaman pengunjungnya, mendorong mereka untuk merencanakan kunjungan yang lebih baik.

Konten tersebut membentuk mitos bahwa di era digital saat ini, segala sesuatu menjadi lebih mudah dan efisien dengan bantuan teknologi, termasuk pembelian tiket secara online. Dalam konteks budaya Indonesia yang dikenal dengan antriannya yang panjang dan ramai di berbagai acara, membeli tiket online menjadi solusi praktis untuk menghemat waktu dan mengurangi stres (Traveloka, 2020). Jakarta Fair, sebagai tujuan populer untuk liburan dan bersenang-senang, sering kali dipadati pengunjung. Oleh karena itu, dengan membeli tiket secara *online*, pengunjung dapat menghindari kerumunan dan antrian yang panjang. Video ini mencerminkan pandangan bahwa teknologi dan kemudahan digital semakin penting dalam meningkatkan kualitas hidup dan pengalaman sehari-hari, khususnya dalam konteks acara-acara besar seperti Jakarta Fair. Hal ini menguatkan citra bahwa Jakarta Fair adalah *event* modern yang peduli dengan kenyamanan dan kepuasan pengunjungnya, menunjukkan bahwa mereka siap beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk memberikan pengalaman terbaik. Konten tersebut efektif dalam menyampaikan pesan bahwa persiapan yang baik dapat meningkatkan pengalaman berkunjung ke *event* tersebut. Dengan menyajikan tips praktis dan menekankan penggunaan teknologi digital seperti pembelian tiket *online*, video ini menunjukkan bahwa Jakarta Fair berkomitmen untuk membuat *event* lebih aksesibel dan nyaman bagi pengunjung. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kesadaran dan antusiasme terhadap acara tersebut, tetapi juga membangun hubungan emosional yang kuat dengan penonton, memastikan bahwa mereka merasa diperhatikan dan dihargai sebagai bagian dari komunitas Jakarta Fair.

Konten 10

Tabel 3.1. 19. Data Konten 10

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	100 likes	8 comments	13 shares

Tabel 3.1. 20. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 10

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>“Family time ke Jakarta Fair Kids Friendly abis”</p> <p>Menampilkan suasana padat pengunjung pada malam hari di Jakarta Fair serta terdapat orang tua dan anak-anak yang ikut menyusuri Jakarta Fair.</p>	<p>Dalam Video ini memperkenalkan Jakarta Fair sebagai destinasi <i>family-friendly</i> dengan berbagai wahana yang cocok untuk anak-anak. Dimulai dengan wahana yang terletak di dekat <i>Hall E</i> dan <i>Gambir Expo</i>, video menampilkan anak-anak yang menikmati berbagai permainan. Dilanjutkan dengan informasi tentang keberadaan ruang <i>nursery</i> di <i>Hall A1</i>, <i>B2</i>, dan <i>D2</i> untuk memudahkan pengunjung yang membawa anak kecil. Video juga menyoroti permainan lain yang tersedia di <i>open space</i>, seperti permainan <i>human claw</i> dan <i>banteng</i>. Penonton diajak untuk memberikan komentar tentang destinasi yang mereka pilih untuk menghabiskan waktu bersama keluarga.</p>	<p>Menggambarkan Jakarta Fair sebagai tempat yang ideal untuk menghabiskan waktu bersama keluarga, terutama bagi mereka yang memiliki anak-anak. Pesan tersembunyi di balik video adalah bahwa Jakarta Fair bukan hanya tentang hiburan dan belanja, tetapi juga sebagai tempat untuk menciptakan momen berharga bersama keluarga. Dengan menyoroti berbagai wahana dan permainan yang ramah anak, video ini mengundang penonton untuk menjelajahi Jakarta Fair dengan keluarga mereka dan menciptakan kenangan yang tak terlupakan. Ajakan untuk memberikan komentar tentang pilihan destinasi juga menambah interaksi antara penonton dan</p>	<p>Pentingnya tempat yang menyediakan kebutuhan anak-anak dalam <i>event</i> atau destinasi wisata seperti Jakarta Fair didasarkan pada pandangan bahwa kenyamanan dan keamanan bagi keluarga sangat esensial. Tempat yang menyediakan fasilitas ramah anak, seperti wahana permainan, ruang <i>nursery</i>, dan area khusus anak-anak, akan lebih menarik bagi pengunjung keluarga. Hal ini karena orang tua merasa lebih nyaman dan aman membawa anak-anak mereka ke tempat yang memenuhi kebutuhan mereka, serta memberikan pengalaman yang menyenangkan dan</p>

		<p>konten, menciptakan keterlibatan yang lebih dalam dalam pengalaman Jakarta Fair.</p>	<p>aman. Oleh karena itu, menyediakan fasilitas yang dapat dijangkau anak-anak, selain meningkatkan daya tarik tempat tersebut, tetapi juga menciptakan lingkungan yang kondusif untuk menghabiskan waktu berkualitas bersama keluarga.</p>
--	--	---	---

Konten 10 memperkenalkan Jakarta Fair sebagai destinasi yang ramah keluarga dengan berbagai wahana yang cocok untuk anak-anak. Diawali dengan menampilkan wahana-wahana di dekat *Hall E* dan *Gambir Expo*, video menunjukkan anak-anak yang menikmati berbagai permainan. Selanjutnya, diinformasikan mengenai keberadaan ruang *nursery* di *Hall A1*, *B2*, dan *D2*, yang memudahkan pengunjung yang membawa anak kecil. Video juga menyoroti permainan lain di *open space*, seperti permainan *human claw* dan banteng. Penonton diajak untuk berkomentar tentang destinasi pilihan mereka untuk menghabiskan waktu bersama keluarga.

Konten di atas menggambarkan Jakarta Fair sebagai tempat ideal untuk menghabiskan waktu bersama keluarga, terutama bagi yang memiliki anak-anak. Dengan menampilkan wahana permainan yang seru dan ramah anak, serta fasilitas seperti ruang *nursery*, pesan tersembunyi dalam video ini adalah bahwa Jakarta Fair bukan hanya tempat untuk hiburan dan belanja, tetapi juga tempat untuk menciptakan momen berharga bersama keluarga. Dengan adanya ajakan untuk memberikan komentar tentang destinasi pilihan keluarga, video ini menciptakan interaksi antara penonton dan konten, yang pada akhirnya membangun keterlibatan yang lebih mendalam dalam pengalaman Jakarta Fair. Video ini juga menekankan bahwa Jakarta Fair memperhatikan kebutuhan keluarga dan anak-anak, memberikan kenyamanan dan rasa aman bagi para pengunjung.

Konten tersebut membentuk mitos bahwa pentingnya tempat yang menyediakan kebutuhan anak-anak dalam sebuah *event* atau destinasi wisata. Hal ini didasarkan pada pandangan bahwa kenyamanan dan keamanan bagi keluarga sangatlah esensial. Jakarta Fair dengan fasilitas ramah anak, seperti wahana permainan, ruang *nursery*, dan area khusus anak-anak, menciptakan kesan bahwa tempat tersebut adalah pilihan utama bagi keluarga untuk menghabiskan waktu bersama (Jakartafair.co.id, 2023). Pandangan ini diperkuat oleh kenyataan bahwa orang tua cenderung memilih destinasi yang aman dan nyaman untuk anak-anak mereka, sehingga pengalaman yang menyenangkan dan aman menjadi prioritas. Dengan menyediakan fasilitas ini, Jakarta Fair meningkatkan daya tariknya sebagai tempat yang kondusif untuk menghabiskan waktu berkualitas bersama keluarga, dan memperkuat reputasinya sebagai destinasi yang inklusif dan ramah keluarga. Selain itu, video ini mengajak penonton untuk berinteraksi dengan konten melalui komentar, yang memperkuat keterlibatan audiens dan menciptakan hubungan emosional dengan Jakarta Fair. Interaksi ini juga memberikan *feedback* yang berharga bagi penyelenggara untuk memahami preferensi pengunjung dan meningkatkan pengalaman mereka

di masa mendatang. Dengan demikian, video ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi tetapi juga sebagai medium komunikasi dua arah antara Jakarta Fair dan pengunjungnya.

Konten 11

Tabel 3.1. 21. Data Konten 11

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	162 likes	15 comments	19 shares

Tabel 3.1. 22. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 11

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>“Liburan sekolah mau ngajak anak happy-happy?!”</p> <p>Menampilkan suasana padat pengunjung pada sore hari di Jakarta Fair serta terdapat beberapa orang tua yang membawa anak-anak mereka ikut menyusuri Jakarta Fair.</p>	<p>Dalam Video ini memperkenalkan Jakarta Fair sebagai destinasi liburan sekolah yang menyenangkan untuk anak-anak. Penonton diberi pandangan tentang berbagai mainan yang tersedia di <i>booth</i> para <i>tenant</i>, serta kesempatan untuk naik wara-wiri dan bermain di <i>Toys Kingdom</i> di <i>Hall 2</i>. Video juga menyoroti diskon khusus untuk barang-barang sekolah, seperti sepatu di <i>booth League</i> dan peralatan sekolah di <i>Gramedia</i>. Tujuan utama video ini adalah untuk mengajak anak-anak dan orang tua untuk mengunjungi Jakarta Fair dan menikmati berbagai kegiatan yang ditawarkan.</p>	<p>Menciptakan citra Jakarta Fair sebagai tempat yang cocok untuk liburan sekolah bersama keluarga. Pesan tersembunyi di balik video ini adalah bahwa Jakarta Fair bukan hanya tempat belanja, tetapi juga tempat untuk bersenang-senang dan menjalin kenangan bersama keluarga. Dengan menyoroti berbagai mainan, peralatan sekolah, dan diskon khusus untuk anak-anak, video ini menggambarkan Jakarta Fair sebagai destinasi ramah keluarga dan menawarkan pengalaman menyenangkan untuk anggota keluarga. Ajakan untuk memilih</p>	<p>Bahwa liburan sekolah adalah waktu yang ideal bagi keluarga untuk bersenang-senang dan memberikan <i>self-reward</i> kepada anak-anak setelah mereka belajar keras selama semester. Dalam budaya Indonesia, liburan sekolah sering dihabiskan dengan jalan-jalan ke tempat-tempat menarik. Jakarta Fair, dengan berbagai wahana, diskon, dan aktivitas ramah anak, memperkuat persepsi ini dengan mempromosikan sebagai destinasi liburan yang sempurna. Konten ini menarik perhatian dengan menekankan pentingnya waktu berkualitas bersama keluarga dan mengundang pengunjung untuk menciptakan kenangan indah selama liburan sekolah.</p>

		antara bermain atau berbelanja di akhir video menekankan bahwa Jakarta Fair memiliki sesuatu untuk semua orang, baik itu ingin bersenang-senang atau berbelanja.	
--	--	--	--

Konten 11 menciptakan citra Jakarta Fair sebagai tempat yang cocok untuk liburan sekolah bersama keluarga. Pesan tersembunyi di balik video ini adalah bahwa Jakarta Fair bukan hanya tempat belanja, tetapi juga tempat untuk bersenang-senang dan menjalin kenangan bersama keluarga. Dengan menyoroti berbagai macam mainan, peralatan sekolah, dan diskon khusus untuk anak-anak, video ini menggambarkan Jakarta Fair sebagai destinasi yang ramah keluarga dan menawarkan pengalaman yang menyenangkan untuk semua anggota keluarga. Ajakan untuk memilih antara bermain atau berbelanja di akhir video menekankan bahwa Jakarta Fair memiliki sesuatu untuk semua orang, baik itu ingin bersenang-senang atau berbelanja.

Konten di atas menciptakan citra Jakarta Fair sebagai tempat yang cocok untuk liburan sekolah bersama keluarga. Pesan tersembunyi di balik video ini adalah bahwa Jakarta Fair bukan hanya tempat belanja, tetapi juga tempat untuk bersenang-senang dan menjalin kenangan bersama keluarga. Dengan menyoroti berbagai macam mainan, peralatan sekolah, dan diskon khusus untuk anak-anak, video ini menggambarkan Jakarta Fair sebagai destinasi yang ramah keluarga dan menawarkan pengalaman yang menyenangkan untuk semua anggota keluarga. Ajakan untuk memilih antara bermain atau berbelanja di akhir video menekankan bahwa Jakarta Fair memiliki sesuatu untuk semua orang, baik itu ingin bersenang-senang atau berbelanja.

Konten tersebut bahwa liburan sekolah adalah waktu yang ideal bagi keluarga untuk bersenang-senang dan memberikan *self-reward* kepada anak-anak setelah mereka belajar keras selama semester. Dalam budaya Indonesia, liburan sekolah sering dihabiskan dengan jalan-jalan bersama keluarga ke tempat-tempat menarik. Jakarta Fair, dengan berbagai wahana, diskon, dan aktivitas ramah anak, memperkuat persepsi ini dengan mempromosikan dirinya sebagai destinasi liburan yang sempurna (Steps, 2023). Konten ini menarik perhatian dengan menekankan pentingnya waktu berkualitas bersama keluarga dan mengundang pengunjung untuk menciptakan kenangan indah selama liburan sekolah. Konten tersebut berhasil menggambarkan Jakarta Fair sebagai destinasi liburan sekolah yang menarik bagi keluarga. Dengan menekankan pengalaman bersenang-senang dan kesempatan untuk membeli barang-barang sekolah dengan diskon, video ini memanfaatkan konsep liburan sekolah sebagai waktu untuk memberikan *self-reward* kepada anak-anak dan menghabiskan waktu berkualitas bersama keluarga.

Konten 12

Tabel 3.1. 23. Data Konten 12

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	135 likes	27 comments	13 shares

Tabel 3.1. 24. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 12

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>"Gapapa deh ga dapet, mending uangnya ditabung ke Jakarta Fair kan bulan depan udah buka?"</p> <p>Menampilkan dua perempuan.</p> <p>Perempuan berbaju kombinasi merah muda dan putih menunjukkan gerakan tubuh dengan tangannya yang memegang pundak perempuan berbaju kombinasi hitam dan putih.</p> <p>Wajah perempuan kedua itu sedikit melas sedangkan wajah perempuan pertama menampilkan wajah memberi pengertian.</p>	<p>Dalam video menampilkan dua wanita di awalnya, salah satunya sedang membuka laptop dengan teks "when lo war tiket coldplay di GBK tapi...". Wanita yang membuka laptop tidak berhasil mendapatkan tiket yang diinginkan, tetapi temannya menyemangati dengan usul menabung uangnya untuk pergi ke Jakarta Fair yang akan dibuka bulan depan. Kemudian, wanita yang gagal mendapatkan tiket menunjukkan ekspresi bahagia dan memimpikan berbagai pengalaman seru yang akan dia alami di Jakarta Fair, dengan gambar dan teks yang menampilkan konser, diskon, pertunjukan kembang api, wahana bermain, serta menyarankan tanggal dan cara pembelian tiket.</p>	<p>Bertujuan untuk menjelaskan ide bahwa kegagalan tidak selalu buruk dan bisa diatasi dengan menemukan alternatif yang menyenangkan dan memuaskan. Selain itu, penggunaan emotikon dan gambaran visual dari pengalaman Jakarta Fair menambah dimensi yang mengundang dan menghibur, serta mendorong pemirsa untuk tertarik dan terlibat dengan acara tersebut.</p>	<p>Ide bahwa setiap kegagalan atau kekecewaan dapat diatasi dengan menemukan alternatif yang lebih baik dan menyenangkan. Narasi ini memperkuat gagasan bahwa pengalaman buruk, seperti tidak mendapatkan tiket konser, bisa menjadi kesempatan untuk menemukan kebahagiaan di tempat lain, seperti mengunjungi Jakarta Fair. Mitos ini mengajarkan bahwa ada selalu kesempatan untuk bersenang-senang dan mendapatkan pengalaman berharga, bahkan ketika rencana awal tidak berjalan sesuai harapan.</p>

Konten 12 menampilkan penggunaan narasi yang menggambarkan pengalaman personal seseorang yang mengalami kegagalan dalam mendapatkan tiket konser, namun berhasil

menemukan alternatif yang menyenangkan dengan mengunjungi Jakarta Fair. Video ini menampilkan dua wanita, salah satunya sedang membuka laptop dengan teks yang menyiratkan kegagalan dalam mendapatkan tiket konser. Temannya kemudian mengusulkan untuk mengalihkan kekecewaan tersebut dengan merencanakan kunjungan ke Jakarta Fair yang akan datang.

Konten di atas menghasilkan pesan bahwa kegagalan bisa diatasi dengan menemukan alternatif yang positif dan menghibur. Melalui narasi visual yang menarik, pengguna TikTok diundang untuk melihat Jakarta Fair sebagai solusi yang menyenangkan untuk mengatasi kekecewaan. Penggunaan emotikon dan gambaran visual dari berbagai kegiatan seru di Jakarta Fair menambah dimensi yang mengundang dan menghibur, sehingga menciptakan ikatan emosional dengan penonton.

Konten tersebut menggambarkan sebuah mitos bahwa setiap kegagalan atau kekecewaan dapat diatasi dengan menemukan alternatif yang lebih baik dan menyenangkan. Melalui narasi yang disampaikan dalam video, Jakarta Fair diposisikan sebagai tempat yang menyenangkan dan penuh dengan pengalaman seru yang bisa mengubah kekecewaan menjadi kegembiraan (Entrepreneur, 2018). Mitos ini mengajarkan bahwa ada selalu kesempatan untuk bersenang-senang dan mendapatkan pengalaman berharga, bahkan ketika rencana awal tidak berjalan sesuai harapan. Konten ini tidak hanya menyoroti aspek-aspek menarik dari acara tersebut, tetapi juga memberikan pesan motivasi dan optimisme kepada pemirsa. Melalui narasi visual dan teks yang kreatif, video ini berhasil menyampaikan bahwa Jakarta Fair adalah alternatif yang menyenangkan dan layak dipertimbangkan ketika rencana lain tidak berhasil.

Konten 13

Tabel 3.1. 25. Data Konten 13

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	4.444 likes	1.651 comments	382 shares

Tabel 3.1. 26. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 13

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>"Give away challenge! Total senilai Rp 3.000.000"</p> <p>Menampilkan seorang perempuan yang memegang kertas bertuliskan "Stitch video ini! Yang bisa tebak aku ngomong apa dapat berbagai hadiah Total Rp. 3.000.000!!" dengan tujuan mengajak penikmat konten untuk turut serta mengikuti <i>challenge</i> yang diberikan</p>	<p>Dalam video "Giveaway Challenge," terdapat teks dan <i>voiceover</i> yang mengundang penonton untuk mengikuti sebuah tantangan tebak kata. Tantangan ini menawarkan berbagai hadiah dengan total senilai Rp. 3.000.000. Video menunjukkan seorang individu yang berbicara, namun suaranya tidak terdengar jelas. Penonton diminta untuk menebak apa yang diucapkan oleh individu tersebut. Teks yang muncul menyebutkan, "Yuk ikut tebak aku ngomong apa," serta mengarahkan penonton untuk mengikuti petunjuk lebih lanjut di akun media sosial Jakarta Fair.</p>	<p>Video dibuat untuk menciptakan interaksi yang menyenangkan dan memancing rasa penasaran di kalangan penonton. Dengan menekankan pada total hadiah senilai Rp. 3.000.000, video ini bertujuan untuk menarik perhatian dan partisipasi dari khalayak luas. Tantangan ini tidak hanya memberikan kesempatan untuk memenangkan hadiah, tetapi juga membangun keterlibatan penonton dengan Jakarta Fair melalui media sosial. Konsep tebak kata dalam video menambahkan elemen gamifikasi, yang semakin memotivasi penonton untuk berpartisipasi dan merasa terhubung dengan <i>event</i> tersebut.</p>	<p>Dengan mengikuti tantangan dan <i>giveaway</i> dapat membawa keberuntungan dan hadiah menarik, membuat pengalaman berpartisipasi dalam <i>event</i> seperti Jakarta Fair menjadi lebih menyenangkan dan menguntungkan. Dalam budaya digital saat ini, <i>giveaway</i> dan tantangan di media sosial sering dianggap sebagai cara yang mudah dan menarik untuk mendapatkan hadiah, sekaligus meningkatkan rasa partisipasi dan keterlibatan komunitas. Dengan mempromosikan hadiah besar, video ini menggarisbawahi pandangan bahwa peluang untuk memenangkan sesuatu dapat meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat terhadap acara tersebut, menjadikannya lebih populer dan diantisipasi.</p>

Dalam Konten 13 "Giveaway Challenge," yang dipromosikan melalui TikTok, terdapat teks dan *voiceover* yang mengundang penonton untuk mengikuti tantangan tebak kata. Video ini menampilkan seorang individu yang berbicara, tetapi suaranya tidak terdengar jelas. Teks yang muncul di layar menginstruksikan penonton untuk menebak apa yang diucapkan oleh individu tersebut, dengan kalimat "Yuk ikut tebak aku ngomong apa." Video ini menawarkan berbagai hadiah dengan total senilai Rp. 3.000.000 dan mengarahkan penonton untuk mengikuti petunjuk lebih lanjut di akun media sosial Jakarta Fair. Ini menunjukkan elemen dasar dari strategi pemasaran, yakni penggunaan elemen visual dan teks untuk menarik perhatian penonton dan mengarahkan mereka ke platform media sosial Jakarta Fair untuk informasi lebih lanjut.

Konten di atas bertujuan untuk menciptakan interaksi yang menyenangkan dan memancing rasa penasaran di kalangan penonton. Dengan menonjolkan total hadiah senilai Rp. 3.000.000, konten ini berfungsi untuk menarik perhatian khalayak luas dan mendorong partisipasi aktif. Konsep tebak kata dalam video menambahkan elemen gamifikasi, yang memotivasi penonton untuk berpartisipasi dengan harapan memenangkan hadiah. Hal ini menciptakan hubungan emosional antara penonton dan Jakarta Fair, yang dapat meningkatkan keterlibatan mereka.

Interaksi semacam ini penting dalam strategi pemasaran karena dapat membuat penonton merasa lebih terlibat dan terhubung dengan acara yang dipromosikan.

Konten tersebut memanfaatkan mitos bahwa mengikuti tantangan dan *giveaway* dapat membawa keberuntungan dan hadiah menarik. Dalam budaya digital saat ini, *giveaway* dan tantangan di media sosial sering dianggap sebagai cara yang mudah dan menghibur untuk mendapatkan hadiah, sekaligus meningkatkan rasa partisipasi dan keterlibatan komunitas (Revou, 2024). Video ini menggarisbawahi pandangan bahwa peluang untuk memenangkan sesuatu dapat meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat terhadap *event* tersebut, menjadikannya lebih populer dan diantisipasi. Strategi ini juga menggambarkan mitos bahwa partisipasi dalam aktivitas semacam ini bukan hanya tentang hadiah material, tetapi juga tentang pengalaman yang menyenangkan dan perasaan menjadi bagian dari komunitas yang lebih besar. Konten ini jelas memanfaatkan elemen interaktif dan gamifikasi untuk menarik perhatian dan mendorong keterlibatan di media sosial. Dengan menekankan hadiah besar dan mengarahkan penonton ke akun media sosial Jakarta Fair untuk informasi lebih lanjut, video ini berhasil menciptakan *buzz* dan mengarahkan lalu lintas digital ke platform mereka. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kesadaran akan Jakarta Fair tetapi juga memperkuat hubungan dengan audiens melalui konten yang menarik dan interaktif.

Konten 14

Tabel 3.1. 27. Data Konten 14

	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
	506 likes	29 comments	150 shares

Tabel 3.1. 28. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Konten 14

Penanda	Petanda		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
<p>“Semarak warna warni karnaval Jakarta Fair 2023”</p> <p>Menampilkan beberapa orang pengisi acara karnaval yang diadakan di Jakarta Fair dengan konvoi berjalan dengan kostum dan peralatan menampilkan <i>performance</i> karnaval yang menarik. <i>Performance</i> karnaval ditampilkan dengan suasana menyenangkan dan membahagiakan seperti menyapa para pengunjung yang ada di lokasi <i>event</i>.</p>	<p>Video “Yang udah gak sabar nunggu karnaval ini jadwalnya” menyajikan informasi mengenai jadwal karnaval di Jakarta Fair 2023. Video tersebut menampilkan tanggal-tanggal karnaval, yaitu Selasa 20 Juni 2023, Kamis 22 Juni 2023, Selasa 27 Juni 2023, Selasa 4 Juli 2023, Kamis 6 Juli 2023, dan Selasa 11 Juli 2023. Karnaval akan berlangsung dari jam 7 malam hingga 9 malam.</p>	<p>Untuk membangun antisipasi dan kegembiraan di kalangan pengunjung Jakarta Fair dengan menginformasikan jadwal karnaval yang menarik. Dengan menyoroti jadwal yang spesifik dan menekankan waktu acara di malam hari, video ini menciptakan kesan bahwa karnaval adalah <i>event</i> yang penuh dengan hiburan dan kemeriahan, ideal untuk dinikmati bersama teman dan keluarga. Selain itu, pengaturan waktu pada malam hari menunjukkan suasana yang lebih spektakuler dengan kemungkinan adanya lampu dan dekorasi yang berwarna-warni, meningkatkan daya tarik visual acara tersebut.</p>	<p>Bahwa karnaval merupakan bagian integral dari perayaan budaya yang menarik minat masyarakat luas. Karnaval sering diasosiasikan dengan perayaan, parade warna-warni, musik, dan tarian yang menghidupkan suasana. Menurut berbagai sumber, karnaval adalah bentuk ekspresi budaya yang melibatkan komunitas dalam merayakan identitas dan tradisi mereka dengan cara yang meriah dan penuh kegembiraan.</p>

Konten 14 berjudul “Yang udah gak sabar nunggu karnaval ini jadwalnya” menyajikan informasi mengenai jadwal karnaval di Jakarta Fair 2023. Video ini menampilkan tanggal-tanggal karnaval, yaitu Selasa 20 Juni 2023, Kamis 22 Juni 2023, Selasa 27 Juni 2023, Selasa 4 Juli 2023, Kamis 6 Juli 2023, dan Selasa 11 Juli 2023. Karnaval akan berlangsung dari jam 7 malam hingga 9 malam. Elemen-elemen visual dalam video memperlihatkan karnaval dengan parade, kostum warna-warni, musik, dan tarian, serta mengajak penonton untuk mengatur waktu mereka agar bisa menghadiri acara tersebut. Teks dalam video ini mengundang penonton untuk menandai jadwal mereka dan menikmati karnaval di Jakarta Fair.

Konten di atas membangun antisipasi dan kegembiraan di kalangan pengunjung Jakarta Fair dengan menginformasikan jadwal karnaval yang menarik. Dengan menyoroti jadwal yang spesifik dan menekankan waktu acara di malam hari, video ini menciptakan kesan bahwa karnaval adalah acara yang penuh dengan hiburan dan kemeriahan, ideal untuk dinikmati bersama teman dan keluarga. Pengaturan waktu pada malam hari menambahkan suasana yang lebih spektakuler dengan kemungkinan adanya lampu dan dekorasi yang berwarna-warni, meningkatkan daya tarik visual acara tersebut. Video ini dirancang untuk mengingatkan dan mempersiapkan pengunjung agar tidak melewatkan momen penting dalam rangkaian *event* Jakarta Fair, meningkatkan partisipasi dan keterlibatan.

Konten tersebut membentuk mitos bahwa karnaval merupakan bagian integral dari perayaan budaya yang menarik minat masyarakat luas. Karnaval sering diasosiasikan dengan perayaan, parade warna-warni, musik, dan tarian yang menghidupkan suasana. Dalam konteks budaya Indonesia, karnaval menjadi simbol ekspresi budaya yang melibatkan komunitas dalam

merayakan identitas dan tradisi mereka dengan cara yang meriah dan penuh kegembiraan (Luki, 2017). Mitos ini mengajarkan bahwa karnaval adalah kesempatan untuk berkumpul, merayakan, dan menikmati berbagai pertunjukan dan hiburan, menjadikannya acara yang dinantikan dan dianggap penting oleh masyarakat. Dengan memberikan informasi yang jelas dan spesifik tentang jadwal karnaval, video ini membantu calon pengunjung untuk merencanakan kunjungan mereka dengan lebih baik, memastikan bahwa mereka tidak akan melewatkan acara yang menarik. Penekanan pada waktu malam hari untuk karnaval memberikan daya tarik visual tambahan, menciptakan ekspektasi tentang suasana yang spektakuler dan penuh warna, yang akan menarik penonton untuk hadir dan merasakan pengalaman tersebut secara langsung.

Berdasarkan 14 konten yang diteliti melalui akun Tiktok @jakartafairid sudah mencakup empat pilar strategi media sosial. Kontennya cukup bervariasi dan mewakili teori empat pilar strategi media sosial, yaitu yang terdiri dari *communication* (komunikasi). Komunikasinya terlihat dari konten 1-5, dimana isi dari konten-konten tersebut memberikan informasi yang akurat, memperjelas berbagai penawaran yang ditawarkan, dan menginformasikan gambaran suasana meriah yang mempermudah para calon pengunjung.

Konten kolaborasi terdapat pada konten 6-7, dimana konten tersebut melibatkan pihak lain, yaitu *influencer* dan tokoh populer untuk mempromosikan dan membuktikan bahwa mereka ikut serta memeriahkan. Kolaborasi tersebut akan membuka peluang dan daya tarik bagi para pengguna Tiktok dan peluang konten menjadi viral. Dengan memanfaatkan pengaruh kolaborator, Jakarta Fair dapat mencapai target keberhasilan promosi *event*.

Konten Edukasi terdapat pada konten 8-11, dimana selain mempromosikan *event* Jakarta Fair, konten yang diunggah juga menyediakan informasi edukatif tentang berbagai aspek dari *event* tersebut. Video-video edukatif ini mengenai aspek tips and trik, panduan untuk meningkatkan keterampilan, *bahkan aspek* psikologis, dan emosional audiens. Kegiatan yang diadakan di Jakarta Fair membantu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman audiens mengenai manfaat *event* yang diselenggarakan tersebut. Hal ini tidak hanya membuat konten lebih menarik tetapi juga memberikan nilai tambah bagi audiens.

Konten Hiburan terdapat pada konten 12-14, dimana memuat aspek hiburan dalam konten Tiktok @jakartafairid memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi yang menyaksikan konten tersebut. Video-videonya seringkali mengandung elemen hiburan seperti tantangan (*challenge*), komedi, atau konten kreatif lainnya yang menghibur. Hal ini tidak hanya membuat konten lebih menarik, tetapi juga penting dalam suatu kegiatan promosi di media sosial karena membuat pengikut terlibat secara emosional dan meningkatkan keterlibatan pengguna seperti interaksi melalui komentar, memperluas jangkauan yang memungkinkan pengguna membagikan lagi kepada rekannya, dan menciptakan koneksi emosional yang menyenangkan sehingga memengaruhi persepsi penikmat konten.

Dengan demikian, melalui berbagai konten yang diteliti melalui akun Tiktok @jakartafairid, telah terwujud empat pilar strategi media sosial dengan cukup baik. Bahkan diketahui bahwa pada satu konten bisa mengandung satu sampai dua unsur dalam empat pilar strategi media sosial. Kontennya tidak hanya bervariasi, tetapi juga mampu mewakili aspek-aspek penting seperti komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan. Komunikasi yang jelas dan informatif, kolaborasi dengan *public figure* dan *influencer* untuk meningkatkan daya tarik, informasi edukatif yang memberikan nilai tambah bagi audiens, serta hiburan yang menghibur

dan membangun koneksi emosional, semuanya telah berkontribusi dalam menjadikan promosi *event* Jakarta Fair di media sosial menjadi lebih efektif.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diketahui bahwa Akun Tiktok @jakartafairid mampu menyampaikan isi konten secara aspek komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan yang sesuai dengan tujuan dan makna isi konten promosi. Bentuk dan ide konten unggahan oleh pihak Jakarta Fair cukup variatif sehingga bisa dikatakan menarik target audiens pengguna Tiktok. Konten yang dimuat tidak monoton melainkan bervariasi, sehingga para penikmat konten dapat terus mendapatkan hal baru baik dari segi isi maupun visualisasi konten. Dengan menggabungkan keempat elemen tersebut, Jakarta Fair dapat memaksimalkan potensi promosi, meningkatkan keterlibatan pengguna, dan mencapai target keberhasilan yang diinginkan.

Selain itu, melalui konten yang menarik dan variatif, @jakartafairid mampu memicu dorongan bagi penontonnya untuk selalu terhubung dan mengikuti setiap perkembangan *event*, sehingga strategi konten yang efektif ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pengguna tetapi juga berhasil mencapai tujuan promosi dengan lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa upaya promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti TikTok, yang dikombinasikan dengan kreativitas dalam pembuatan konten, dapat secara signifikan mendongkrak daya tarik *event* dan mengoptimalkan interaksi serta partisipasi audiens secara lebih luas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa melalui promosi *event* Jakarta Fair 2023 di media sosial, akun @jakartafairid telah berhasil menciptakan konten yang efektif dan menarik untuk mempromosikan Jakarta Fair.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diketahui bahwa Akun Tiktok @jakartafairid mampu menyampaikan isi konten secara aspek komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan yang sesuai dengan tujuan dan makna isi konten promosi. Bentuk dan ide konten unggahan oleh pihak Jakarta Fair cukup variatif sehingga bisa dikatakan menarik target audiens pengguna Tiktok. Konten yang dimuat tidak monoton melainkan bervariasi, sehingga para penikmat konten dapat terus mendapatkan hal baru baik dari segi isi maupun visualisasi konten. Dengan menggabungkan keempat elemen tersebut, Jakarta Fair dapat memaksimalkan potensi promosi, meningkatkan keterlibatan pengguna, dan mencapai target keberhasilan yang diinginkan.

Selain itu, melalui konten yang menarik dan variatif, @jakartafairid mampu memicu dorongan bagi penontonnya untuk selalu terhubung dan mengikuti setiap perkembangan *event*, sehingga strategi konten yang efektif ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pengguna tetapi juga berhasil mencapai tujuan promosi dengan lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa upaya promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti TikTok, yang dikombinasikan dengan kreativitas dalam pembuatan konten, dapat secara signifikan mendongkrak daya tarik *event* dan mengoptimalkan interaksi serta partisipasi audiens secara lebih luas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa melalui promosi *event* Jakarta Fair 2023 di media sosial, akun @jakartafairid telah berhasil menciptakan konten yang efektif dan menarik untuk mempromosikan Jakarta Fair

REFERENSI

- Alamin, H. (2024). *Memahami dan Menghormati Tradisi Minta Oleh Oleh Menurut Islam*. <https://doi.org/Rspatriaikkt>
- Anderson, T. (2023). *How To Use Customer Testimonials To Market Your Brand*. Bluehost. <https://www.bluehost.com/blog/customer-testimonials/>
- Andhika, M. H. R., Hamzah, R. E., Pasaribu, M., & Putri, C. E. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @suasanakopi. *Jurnal Cyber PR*, 2(2), 107–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i2.2427>
- Entrepreneur. (2018). *The 15 Most Inspirational John Lennon Quotes*. 9 Oktober. <https://www.entrepreneur.com/living/the-15-most-inspirational-john-lennon-quotes/321404>
- Highlight. (2022). *Mengenal MICE: Panduan Meeting, Incentive, Conference, & Exhibition*. 1 September. https://highlight.id/pengertian-mice-panduan-meeting-incentive-conference-exhibition/#google_vignette
- Itsnaini, F. M., & Widyanti, N. N. W. (2023). *Jadwal dan Rute Bus Wara-wiri di Ancol 2023, Bisa Naik Gratis*. Kompas.Com. <https://travel.kompas.com/read/2023/06/30/105146127/jadwal-dan-rute-bus-wara-wiri-di-ancol-2023-bisa-naik-gratis>
- Jakartafair.co.id. (2023a). *Jakarta Fair 2023 akan Digelar Selama 33 Hari. Diakses 8 oktober 2023*. [https://www.jakartafair.co.id/post/jakarta-fair-2023-akan-digelar-selama-33-hari#:~:text=Pada gelaran tahun 2022 yang,diminati dan dinantikan oleh masyarakat.](https://www.jakartafair.co.id/post/jakarta-fair-2023-akan-digelar-selama-33-hari#:~:text=Pada%20gelaran%20tahun%202022%20yang,diminati%20dan%20dinantikan%20oleh%20masyarakat.)
- Jakartafair.co.id. (2023b). *Jakarta Fair Hadirkan Nursery Room yang Super Nyaman!* <https://www.jakartafair.co.id/post/dear-moms-jakarta-fair-hadirkan-nursery-room-yang-super-nyaman>
- Luki, R. (2017). *Membuat Indonesia Kaya dengan Karnaval Budaya*. Goodnewsfromindonesia. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2017/09/04/membuat-indonesia-kaya-dengan-karnaval-budaya>
- Marketing, P. (2022). *Social Media Trends For Photo Booths in 2023*. <https://photoboothmarketing.com/2023/08/26/social-media-trends-for-photo-booths-in-2023/>
- Munnerlynpyro. (2023). *Introduction to the Cultural Significance of Fireworks*. <https://munnerlynpyro.com/introduction-to-the-cultural-significance-of-fireworks/>
- Nasrul, E. (2024). *Jakarta Lebaran Fair Exhibition Could Be A Holiday Destination*. Republika. <https://en.republika.co.id/berita/sbqbic451/jakarta-lebaran-fair-exhibition-could-be-a-holiday-destination>
- Ningyastuti, W. R. (2021). Fenomena Fear of Missing Out pada Generasi Millennial dalam Jejaring Sosial Media Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 21(01), 50–63. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.22441/visikom.v20i01.14198>
- Putri, R., Sulistyanto, A., & Imaddudin. (2020). Analisis Isi Konten Edukasi Funfact Pada Akun Tiktok @Buiramira. *Jurnal Ilmu Komunikasi Media Sosial*, 4(1), 48–64.
- Revou. (2024). *Giveaway*. Revou. <https://revou.co/kosakata/giveaway>
- Rizaty, M. A. (2023). *Per April 2023, Pengguna TikTok Indonesia Terbanyak Kedua Dunia*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia>



- Shilvina, W. (2023). *Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Steps, L. (2023). *50 Amazing Things To Do With Kids And Families In Jakarta*. Little Steps. <https://www.littlestepsasia.com/jakarta/play/top-things-to-do-with-kids/kids-activities-jakarta/>
- Traveloka. (2020). *Deretan Keuntungan Beli Tiket Online di Tengah Pandemi*. Traveloka. <https://www.traveloka.com/id-id/explore/activities/keuntungan-beli-tiket-online/40892>
- Webb, M. (2020). *How to effectively use influencer marketing to promote your event*. Blerter. <https://www.blerter.com/blog/how-to-effectively-use-influencer-marketing-to-promote-your-event>