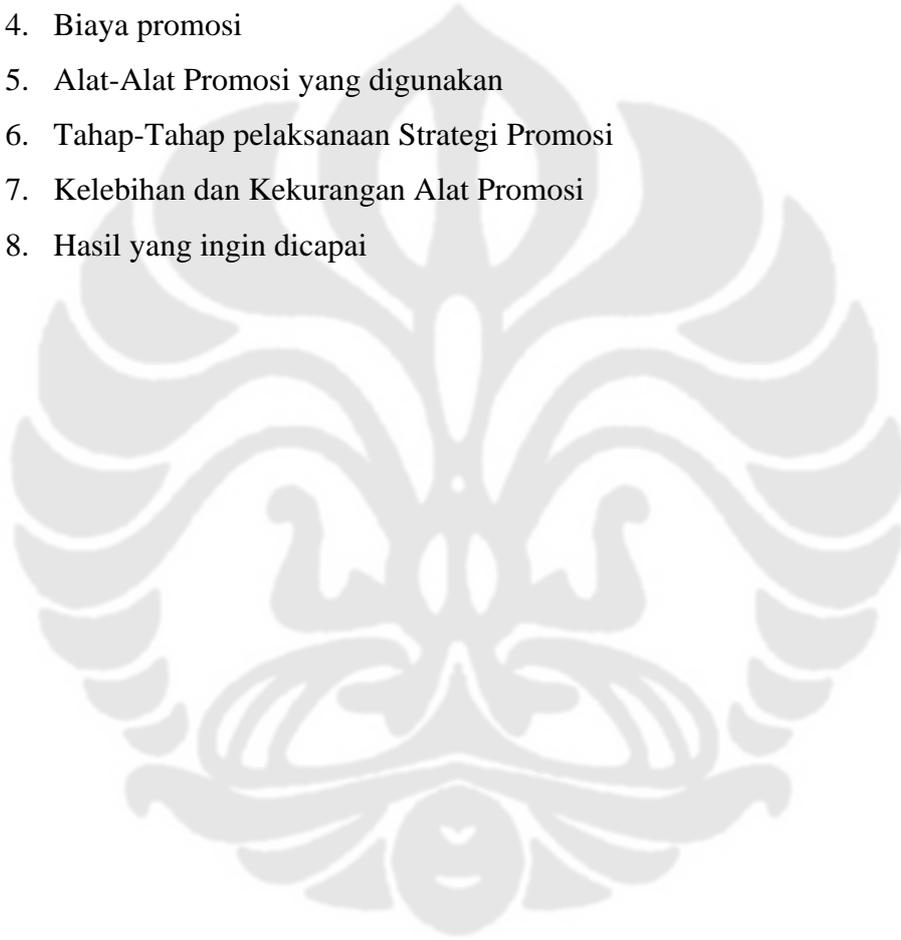


LAMPIRAN I

Pedoman Wawancara Mendalam

1. Tujuan diadakan Semarang Expo
2. Langkah-langkah dalam merancang kegiatan promosi
3. Target calon pengunjung
4. Biaya promosi
5. Alat-Alat Promosi yang digunakan
6. Tahap-Tahap pelaksanaan Strategi Promosi
7. Kelebihan dan Kekurangan Alat Promosi
8. Hasil yang ingin dicapai



LAMPIRAN II

Hasil wawancara mendalam dengan Ike Agung M.P, Exhibition Manager PT. Tigawarna Promosindo, di kantor T. Tigawarna, Jl. Mamapang Prapatan No. 39, Suite H 6, Jakarta, Pukul 10.37

T : Sebenarnya maksudnya diadakan Semarang Expo tuh apa sih, pak ?

J : Kita ngadain semarang expo karena satu, bulan mei itu kan e.... hari hutnya kota semarang yah, terus..... kota semarang kan juga punya program semarang pesona asia sekalian juga mempromosikan kota semarang sebagai daerah tujuan perdagangan, investasi dan pariwisata, yah istilahnya buka pasar lah .. Makanya kita ngadain disemarang karena punya e... prospek bagus makanya buat bikin pameran disemarang...kebelulan tempat pelaksanaanya juga menarik ...di lawang Sewu, kamu taukan lawang sewu...itu yang sering buat acara cari hantu...nah kita tertarik banget tuh ngadain disana..sengaja kita pilih tempat itu karena banyak orang yang penasaran pingin tau lawang sewu...”.

T : kenapa mesti dilawang sewu ?

J : nah itu dia... kita pingin bikin beda dari pameran-pameran lainnya.e....biasanya pameran itu kan klo ga di mall yah dihotel atau di convention ceter lah...pastinya dah biasa dong..orang juga dah biasa dateng ketempat kaya gitu... nah justru kita pingin bikin yang beda dari biasanya...

T : maksudnya ?

J : yah beda dari biasanya, klo orang kan yah yang sepeti tadi saya bilang yah bikin pameran tuh klo ga di mall yah dihotel tuh dah biasa ...nah ini lawang sewu, dengernya aja udah bikin penasaran kan..kamu penasaran ga?

T : heh....

J : Nah penasaran itu lah yang kita ambil...Pasti kan banyak orang yang penasaran pingin kesana..lawang sewu sendiri kan dah bikin banyak orang penasaran yah...tapi pada banyak yang takut kesana ..tapi dengan kita ngadain pameran disana... orang pasti banyak yang pingin dateng dan lihat lawang sewu sekaligus lihat pameran kita,...nah peluang itulah yang kita ambil..pastinya banyak orang

yang mau datang dong... yah istilahnya yang kita jual pertama kalinya yah lawang sewunya itu....jadi selain orang melihat pameran juga sekaligus berwisata...Isitlah nya kita memadukan unsur perdagangan dan pariwisata.

T : terus biar pada tertarik mau datang ?

J : yah kita bikin promosi donk tentunya...kitakan bikin promosi ke calon kepengunjung tuh kan maksudnya kita kasih informasi yah klo kita mau ngadain semarang expo lagi... supaya masyarakat tuh tau yah klo kita bikin kegiatan pameran, klo semarang expo tuh bakal ada lagi...jadi masyarakat yang awalnya tidak tahu akan adanya Semarang expo dengan adanya promosi yang dilakukan oleh kita mereka jadi ada kesadaran, terus punya keinginan buat datang dan pada akhirnya mereka mau datang,..yah....kan udah lewat setahun yah kita ngadain semarang expo ”

T : selain itu ?

J : yah selain itu kan yah....namanya pameran itu kan mempertemukan produsen dan konsumen...peserta tampilin produk atau jasa yang mereka miliki..nah dengan adanya kehadiran pengunjung diharapkan ada *feedback* yang baik bagi peserta pameran....kan yang diharapkan sama peserta kan...yaitu kedatangan pengunjung..peserta berharap dengan kehadiran pengunjung akan ada transaksi atau kotrak bisnis lah dengan mereka ..dan adanya hubungan jangka panjang dengan pengunjung..

T : klo target pengunjungnya siapa aja ?

J : mmm....target pengunjung yah...semarang expo ini kan yah pameran perdagangan yah...pameran multi produk , jadi mau bentuk barang atau jasa apapun bisa partisipasi ikut pameran kita...dan pameran ini terbuka untuk umum..mereka masuk tidak dikenakan bayaran karena kan pameran ini sekalian memeriahkan hut kota semarang yah...jadi target pengunjung kita yah semua khalayak..ee...masyarakat umum lah..baik pebisnis atau pun non pebisnis.

T: untuk promosi sendiri apayang digunakan?

J : klo untuk promosi yah...mm.. standar yah kita pakai iklan yah...iklan dimedia cetak, di radio sama iklan di luar ruangan yah..kaya baliho, spanduk..umbul-

umbul sama flayer yah....selain itu yah kita kerjasama dengan media lokal buat publikasi....

T: klo untuk anggaran promosinya sendiri gimana....

J :Klo untuk anggaran yah....mmm. yang jelas untuk anggaran yah kita pakai dana perusahaan yang ada yah...yah dananya sesuai kemampuan kita.. dana yang memang sudah kita siapin buat promosi.. tapi biasanya kita juga cari sponsor untuk mau ngebantu kegiatan promosi kita. .kebetulan kita dapat sponsor dari produsen rokok Dji Sam soe...itu loh H.M. sampoerna, tau kan ...kebetulan mereka jadi sponsor utama kita, nah dalam kerjasamanya mereka memberikan kontribusi dengan yang bikin e... umbul-umbul, spanduk ,baliho, gateway ,backdrop...mmm sama panggung yah eh....sama kaos juga,nah apa yang mereka kasih kita cukup membantu untuk menekan biaya promosi kita.... jadi kitakan bisa hemat banyak banget buat dana promosi... ”

T : Oh..gitu yah..jadi bisa lumayan hemat yah dengan adanya sponsor?

J : Iya..makanya setiap event kita selalu coba untuk cari sponsor....

T : untuk pelaksanaan promosinya sendiri gimana?

J : klo untuk pelaksanaan promosinya sendiri sih...mmm...promosi yang mana nih..buat peserta apa pengunjung?

T : buat pengunjung

J : Ee....buat pengunjung yah...mmm...yah biasanya sih dua bulan sebelum pameran yah kita bikini promosi ke pengunjung ...

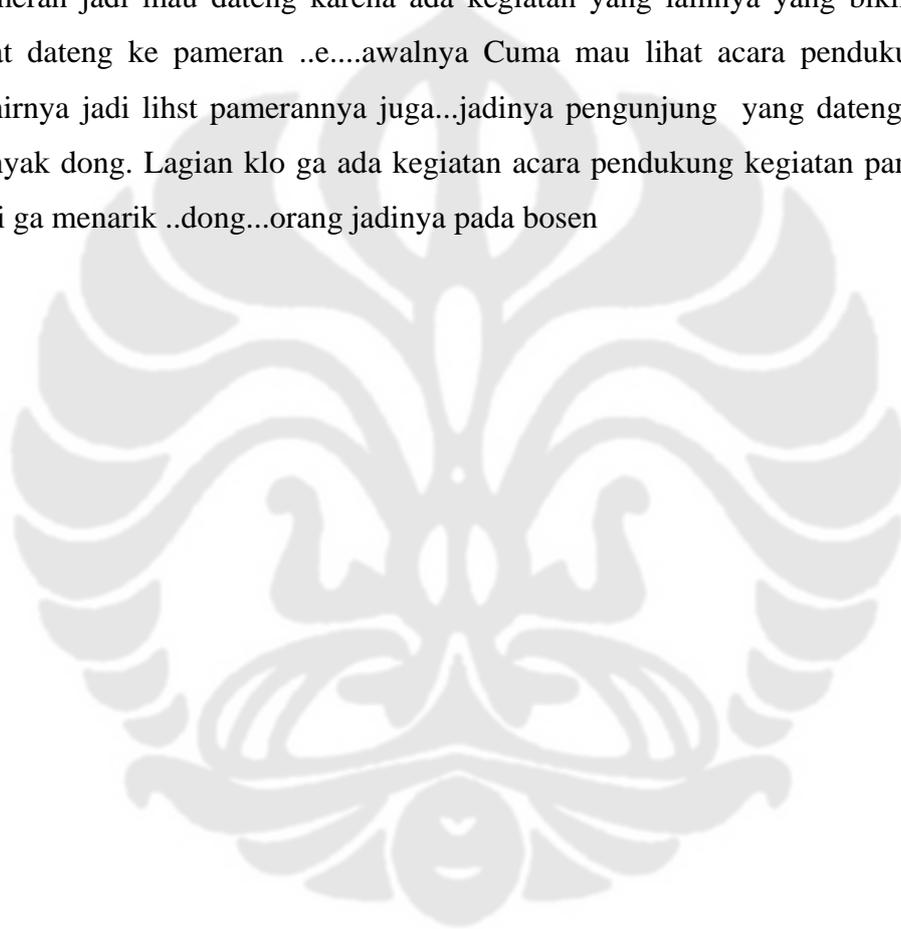
T : Selain pameran ada acara pendukung lainnya?

J : oh ..adakita ada workshop UKM yah..itu gratis untuk umum yang penting daftar dulu dua hari sebelum kegiatan...selain itu kita ada wisata bawah tanah juga....di gedung lawang sewu kan ada bawah tanah yah...lorong-lorong panjang nah itu jadi salah satu daya tarik buat pengunjung yah..kita bikini wisata bawah tanah...nah pas hari terakhir pameran .kebetulan tanggal 2 mei itu kan puncak hutnya kota semarang yah...itu ada pagelaran busana anne avantie...taukan kamu yang suka bikin kebaya itu..nah kita kerjasama sama managementnya dia terus sama IPPMI buat bikin pagelaran busana, untuk acaranya mereka yang tangenin

semua, kita menyediakan tempat aja....nah acara pendukung tuh penting banget buat kesuksesan pameran

T : kenapa penting?

J :gini yah..kan namanya pameran ga semua orang tuh suka dateng yah kepameran...pastinya pada punya alesan masin-masing pada ga mau dateng...nah kita siasatin dengan adanya acara pendukung...yang tadi ga mau dateng lihat pameran jadi mau dateng karena ada kegiatan yang lainnya yang bikin tertarik buat dateng ke pameran ..e....awalnya Cuma mau lihat acara pendukung tapi akhirnya jadi lihst pamerannya juga...jadinya pengunjung yang dateng semakin banyak dong. Lagian klo ga ada kegiatan acara pendukung kegiatan pamerannya jadi ga menarik ..dong...orang jadinya pada bosen



LAMPIRAN III

Hasil wawancara mendalam dengan Boy Helmi Kelana, Promotion Manager PT. Tigawarna Promosindo, di kantor PT. Tigawarna, Jl. Mampang Prapatan No. 39 Suite H6, Jakarta, pukul 14.05 wib

T: Klo untuk bikin promosi pameran biasanya gimana sih, pak?

J : Yah klo bikin promosi untuk pameran itu ada tahap-tahapnya yah ga.....promosi itu kan gunanya untuk kasih tau bahwa kita nih PT. Tigawana mau bikin pameran dimana, kapan tanggalnya, apa aja yang ditampilkan...untuk dapetin peserta pameran sama pengunjung pameran...karena dua-duanya saling berkaitan yah....klo pameran peertanya sedikit pasti ga menarik dong.klo pengunjungnya sedikit karena pameran tuh bias dikatakan berhasil dilalihat dari jumlah peserta dan pengunjungny yah...nah makanya untuk pameran kegiatan promosinya kita bagi dua..karena masing-masing promosi punya tujuan yang beda-beda..

T: bagi dua, maksudnya?

J : Yah klo bikin pameran itu kan ada dua kali promosi yah, e...pertama kita promosi buat calon peserta pameran supaya ada yang mau ikut pameran kita, e... yang kedua kita buat promosi buat calon pengunjung supaya ada yang datang ke pameran kita. Kan klo rame, peserta pameran seneng gitu.....

T : trus klo promosi pengunjung untuk semarang expo gimana?

J : Mmm... pengunjung yah?

T : Heeh

J: E.. klo pengunjung sih kita bikin promosi yah supaya orang-orang tau yah kalo kita mau ngadain pameran...kita kasih tahu, kita informasikan yang tadinya ga tahu dan ga sadar kita bikin promosi..supaya ada kesadaran dari mereka sehingga mereka punya keinginan buat pada mau datang, untuk promosi kepengunjung sih biasanya kita bikin lewat periklana yah sama itu lo mmm .. publikasi , pemberitaan di koran-koran..

T : maksudnya?

J : Yah jadi gini yah, kitakan bikin promosi kepengunjung tuh kan maksudnya kita kasih informasi yah klo kita mau ngadain semarang expo lagi... supaya masyarakat tuh tau klo kita bikin kegiatan pameran, klo semarang expo tuh bakal ada lagi...jd masyarakat tahu dan pada mau dateng

T : klo periklanan pakai apa aja?

J : klo periklanan yang jelas kita pakai iklan di media cetak yah. Trus iklan di radio, spanduk, baliho, umbu-umbul..mm sama flayer.

T : Kenapa pakai iklan di media cetak?

J : klo pakai iklan di media cetak itu standar yah..dimana-mana pasti pada iklan di media cetak..yang jelas kita pilih iklan di media cetak itu karena...eee..koran itu kan jangkauannya luas yah, selain itu kan koran memuat berita-berita penting dan pastinya oran pingin baca koran supaya dapat informasi..

T : Terus..

J : yah orang kan suka simpen koran kadang dibaca sama temennya juga..jadi penyebarannya bisa luas..

T : untuk media cetaknya sendiri yang dipakai apa?

J : klo iklan media cetak kita pakai Radar Semarang dan koran meteor

T : Kenapa pakai radar semarang dan meteor?

J : kebetulan kita ada kerjasama dengan kedua harian tersebut...e.. slain itu kedua koran tersebut cukup populer diadaerah Semarang dan sekitarnya

T : Kalau untuk iklan diradio sendiri gimana?

J : Untuk radio kita pakai Radio Swara Semarang dan radio POPFM kita sengajapilih kedua radio tersebut kita pilih karena untuk dapt segmentasi pasar yang berbeda..

T : maksudnya ?

J : Klo radio Swara Semarang itukan rata-rata pendengarnya itu kan kelas menengah keatas sedangkan radio POPFM itu menengah kebawah..kita pakai dua radio tersebut untuk mendapatkan segmentasi pasar yang berbeda.karena pameran ini terbuka untuk umum jadi kita informasikan untuk semua lapisan masyarakat...

T : kenapa pakai radio?

J : yah radio sendiri itu kan juga punya jangkauan yang luas..masyarakat juga pada suka menfengarkan radio.. baik itu yang ada dirumah, dikantor atau dijalan..pasti pada suka dengerin radio..dan iklan radio gampang diinget sama orang..

T : Untuk baliho sendiri gimana?

J : yah kita juga pake baliho yah...baliho itu punya jangkauan yang luas ,apalagi sama bentuknya yang besar mudah menarik perhatian orang

T : Untuk spanduk?

J : mmm.. spanduk yah...untuk spanduk pasti kita pakai juga yah..spanduk itukan juga wajib yah kita gunakan . Spanduk itukan bisa kita pasang dimana-mana karenakan media luar ruangan yah..dan bisa mengkonsentrasikan di beberapa daerah..

T : selain spanduk tadi,kan dipakai umbul-umbul juga kenapa?

J : kalo umbul-umbul itu digunakan untuk menginformasikan bahwa sedang ada kegiatan pameran disitu...sifatnya sih .e...seperti pemberi informasi dan penunjuk tempat..sekaligus bisa bikin meriah tempat kegiatan.

T : Klo fayer sendiri gimana ;

J :Ko flayer...mmm.. flayer sendiri kita ikini buat kita iki informasi kemasyarakat juga yah ..selain kita sebarin didaeah simpang lima, kita juga taruh di hotel-hotel yang ada di Semarang....Flayer sendiri kita gunakan karenaah.. kita bisa interaksi langsung dengan masyarakat dengan kita sebarin flayer kemasyarakat jadi kita bisa iki informasi langsung tuh kemasyarakat...

T : Oh... iki yah..

J : iya jadi kaya iklan di koran, radio, pakai baliho, spanduk, umbul-umbul dan flayer..itu standar digunakan untuk event..dimana-mana pasti menggunakan periklanan seperti itu buat iki informasi kemasyarakat....

T :Klo pubilkasi ;

J: Klo untuk publikasi Yah.. kita kerjasama tuh sama koran ikin yang ada dikota ikini g.. kebetulan kita ikin sama sama koran radar ikini g dan meteor juga..karenakan mereka media partner kita...nah kita kerjasama sama mereka

untuk meliput kegiatan sebelum pameran dan pas pameran...kebetulan kita dah kerjasama dari tahun lalu yah..

T :Memang apa sih yang diberitain?

J :Yah macem-macam beritanya seputar persiapan dan pelaksanaan semarang expo...,informasi gitu, klo semarang expo bakal diadain lagi disemarang, pemberitaan mengenai persiapan semarang expo mengenai kegiatan-kegiatan pameran acara-acaranya...jadinya masyarakat bakal tau dan teus inget..yah penggunaan publikasi sifatnya sih lebih untuk mendukung alat promosi yang lainya yah.

T :Untuk persiapannya sendiri berapa lama yah?

J :Yah untuk promosi kepengunjung yah, kira-kira mmm..dua bulan yah sebelum event kita sudah persiapan..

T : Untuk strateginya sendiri terhadap penggunaan alat promosi tadi gimana?

J : untuk strateginya mmm..yang jelas sih untuk periklanan dan publikasi kita melakukannya secara genjar yah..karena kalo kita nga gencar promosinya orang ga bakalan tahu tentan event kita...

T : Untuk anggarannya sendiri gimana?

J : Klo untk anggaran yah kita yg jelas pakai dana perusahaan yang ada yah sesuai dengan kemampuan kita..karena biaya promosi besar yah makannya kita cari sponsor ..kebetulan kita dapat sponsor dari produsen rokok Dji Sam soe...itu loh H.M. sampoerna...kebetulan mereka jadi sponsor utama kegiatan kita, jadinya kita bisa hemat dalam anggaran.

T : untuk penggunaan biaya promosi sendiri gimana?

J : untuk penggunaan biaya promosi sendiri sih...mmm.. waktu pertama kali mempromosikan kegiatan sih nga terlalu besar yah karena kan Cuma sekali iklan karena kan ee...Cuma untuk iki tau masyarakat aja klo bakal ada ikini g expo..nah pas dua minggu sebelum pameran kita informasikan lagi tuh kegiatan tapi frekuensinya agak lebih banyak..otomatis biayanya naik lagi kan , karena kan kegiatan udah semakin dekat .nah 3 hari sebelum kegiatan berlangsung sampai hari ke 4 pameran berlangsung nah itu puncaknya frekuensi periklanan kita ..nah disitu itu biaya promosi kita yang paling tinggi....

T : oh iki ..habis itu?

J : klo sudah hari ke 5 pameran biasanya penggunaan periklanan tuh dah ga terlalu sering yah...karena masyarakat kan udah hampir pada tahu yah...jadi dah mulai dikurangi deh penggunaan iklannya jadi biaya promosinya juga dah berkurang.karena iklan tersebut sekedar mengingatkan sampai kegiatan pameran selesai.

T : untuk PLC nya?

J : Yang jelas sih pada masa-masa perkenalan kita gunakan itu yah..e..iklan dikoran itu juga Cuma sekali kok untuk memperkenalkan aja seperti yang saya bilang tadi. Nah pada saat pertumbuhan kita juga gunakan iklan media cetak tetapi frekuensi penayangannya lebih banyak, disusul mulai ada pemasangan spanduk diberapa tempat yang strategis..disusul kemudian dengan iklan radio pada salah satu stasiun radio...dan pemasangan baliho nah pada saat pematangan semua periklanan kita maksimalkan seperti iklan di dua media cetak, iklan radio didua stasiun radio, pemasngan umbul-umbul dan penyebaran *flayer* e....sama itu publikasi dibeberapa media cetak ...e...nah pas tahap penurunan atau masa-masa pameran akan berakhir kita Cuma pasang iklan di salah satu media cetak sama iklan radio tapi Cuma di satu satasiun radio.tapi dua hari sebelum pameran berakhir kita iklan empat kali ikini..

T : Pelaksanaan sendiri gimana?

Yang jelas biasanya kita siapin dulu nih materi iklan yan mau kita ikini...designnya gimana , bunyinya gimana, pokoknya ikini yang semenarik mungkin jadi masyarakat sadar klo mau ada pameran ikini g expo..untuk iklan koran kita biasanya satu bulan sebelum pameran kita pasang iklan di harian radar ikini g .maksudnya biar mayarakat engeh klo mau ada pameran semaran expo lagi .gitu..

T : berapa banyak ;

J : klo untuk satu bulan sebelumnya penayangannya Cuma sekali aja kan iki jauh tuh eventnya..klo dah dua minggu sebelum event kita pasang iklan lagi tuh dikoran radar ikini g .kan biasanya suka udah ada yang lupa yah sama iklan sebelumnya..nah kita ingetin lagi deh mayarakat tapi kita Cuma iklan dua kali

aja....nah kitakan kerjasama dengan harian radar ikini g dan metro mereka mulai deh ikini ikini -liputan mengenai persiapan pelaksanaan pameran.mmm tadi dah dijelasin kan ..pas deket mau event..yah 3 hari sebelum event kita pasang iklan lagi sampai hari ke empat pelaksanaan setiap hari di koran radar ikini g dan meteor....

T : Klo radio?

J : Radio juga sama kita ikini materi iklan yang nanti dibacain sama penyiarinya dijam-jam tertentu yang udah kita sepakatin....kitakan ikini pasang iklan di dua radio.. Swara Semarang dan POPFM...

T : berapa lama?

J: Klo di Swara Semarang kita ikini iklan dari H-3 sampai 4 hari pelaksanaan pameran itu durasinya satu hari 4 kali. Klo di POPFM kita mulainya dari hari kedua pameran sampai selesai tapi durasinya Cuma 3 kali sehari...

T : Gitu..klo untuk spanduk, baliho ,umbul-umbul dan flayer gimana ?

J : oh klo sebanduk yah..e.....klo spanduk itu kita pasang seminggu sebelum *event* kita pasang dititik-titik yang sering dilihat orang , kita pasang sekitar 20 spanduk, klo untuk baliho kita pasang mmm...satu minggu sebelumnya juga yah...banyaknya satu baliho .klo untuk umbul-umbul sama kita pasang tiga hari sebelumnya kita pasang disekitar lawang sewu yah..klo flayer kita sebarakan ..mmm didaerah simpang lima, pas hari pertama pameran sampai hari ke empat pameran..

T : Tadikan bilang ada acara pendukungnya?

J: oh acara pendukung yah....selain kegiatan pameran kita juga ada workshop ukm yang bisa diikuti oleh masyarakat tapi tempat nya terbatas .selain itu kita ada wisata bawah tanah yang ada di gedung lawang sewu..cukup bayar lima ribu rupiah perorang

T : Selain itu ?

J : Selain itu kita ada acara pagelaran busana e....acara itu kerjasama pemkot semarang sama asosiasi perancang busana untuk mengadakan pagelaran busana anne avantie..kamu taukan ...yang bikin kebaya itu loh

nah acara itu acara puncak hut nya kota semarang.pas hari terakhir...jadi hari terakhir orang-orang masih mau dateng lihat pameran sekalian pagelaran busana..

T : yang ingin dicapai dari kegiatan promosi sendiri apa sih ?

J : Yang jelas dengan adanya kegiatan promosi yang kita lakukan supaya awareness dari masyarakat terhadap event yang kita selenggarakan...jadinya masyarakat mau datang dan melakukan transaksi dengan para peserta pameran...klo pengunjung melakukan transaksi yang banyak kepada peserta pameran, tentunya peserta akan merasa senang berarti kita bisa menghadirkan pengunjung yang potensial itu

T : Selain itu ?

J : Yang jelas target jumlah pengunjung yang kita harapkan dapat tercapai. Karenakan kegiatan promosi ini sedirikan untuk menarik pengunjung karena salah satu keberhasilan suatu kegiatan pameran dapat dilihat dari jumlah pengunjung...

LAMPIRAN IV

FOTO BALIHO



FOTO SPANDUK



FOTO UMBUL-UMBUL



FLYER

SEMARANG
EXPO

Lawang Sewu, 26 April - 2 Mei 2008
Dalam Rangka HUT Kota Semarang ke 461

Kunjungi **EXPO UMKM**
DAN TERBESAR
TERLENGKAP

Dikuti Oleh :

Pemerintah Kota Semarang – Disperindag kab. Semarang- BKPM Prop. Sulawesi Tengah- Disperindag Kab. Sukoharjo- Pemkot Pontianak- Disperindag Prop Lampung- Dekaranasda Kab.Purbalingga- Pemkab Ponorogo- BPID kota Balikpapan- PT. Telkom-BKPM Prop. NTT- Disbudpar Pop. Banten- BKPM Prop. Maluku-PT. Askes- PT. PLN-PT. Sriwijaya- PT. Pertamina- PT. Jasa Marga- PT. Pelindo III-PT. Sido Muncul – Lia Galery – Zenzha Batik- Yasmin Batik- Ilalang Craft –Veri Batik dll.

Acara Pendukung :

- Workshop UKM
- Wisata Bawah Tanah
- Pagelaran Busana oleh Anne Avantie dan APPMI

PENKOT SEMARANG **PT. TIGA WARNA PROMOSINDO** **METEOR** **Jawa Pos RADAR SEMARANG**

IKLAN KORAN

DI SAM SOE
234
FATSAL - 5

KUNJUNGI !!!
& SAKSIKAN
PAMERAN KOMODITAS
UNGGULAN
Dalam Rangka HUT Kota Semarang ke 461

SEMARANG
EXPO 2008
LAWANG SEWU, 26 APRIL - 2 MEI

MENAMPILKAN PAMERAN

- Kerajinan
- Barang Seni
- Workshop UKM
- Pariwisata
- Flora Fauna
- Wisata Bawah Tanah
- Industri
- Makanan Khas
- Pagelaran Busana
- Furniture
- U K M
- oleh Anne Avantie &
- Antik
- Koperasi
- Asosiasi Perancang
- Handicraft
- Pengusaha Mode Indonesia

HIBURAN
LIVE MUSIC CAFE

Informasi Hub:

GRAHA PENA
Jl. Perintis Kemerdekaan 77 Semarang
Yety : (024) 7462255, (024) 7462148
081 325 14 1890

Totok Sudarnadji : 081 326 580 757
Deny : 085 226 101 000
Ade : 081 741 58 215
Ike Agung : 081 535 730 20

METEOR **JAWA POS** **RADAR SEMARANG** **PT. TIGA WARNA PRINTERINDO**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Novia Argarini
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 25 November 1980
Alamat : Jl. Puskesmas Rt 08/03 No. 2
Ceger, Cipayung, Jakarta 13820
No. Telepon : 021-84591719/0818-971525
Nama Ayah : Arga Yahya
Nama Ibu : Suwarni

Riwayat Pendidikan Formal

1987-1993 Sekolah Dasar : SDN Dukuh 01 Pagi Jakarta Timur
1993-1996 Sekolah Menengah Pertama : SMP Negeri 49 Jakarta Timur
1996-1999 Sekolah Menengah Umum : SMU Negeri 64 Jakarta Timur
1999-2002 Program Diploma : D3 Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Indonesia
2005- : Masuk Program Ekstensi Administrasi Niaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Indonesia