



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan kerja magang di *Gold Light Entertainment* dalam kurun waktu tiga bulan ditempatkan pada *MICE & Event Business* dan menjadi *Digital Strategic Communication & Data Analytics support* selama itu pula penulis di bimbing oleh Dendy Triadi selaku *Department Head MICE & Event Business*. Penulis juga melakukan koordinasi dengan Franky Suprayitno selaku *Creative & Concept Development Sec. Head* dalam perencanaan *event* yang di selenggarakan oleh *Gold Light Entertainment*. Penulis juga mengikuti dari awal perencanaan *event*, membuat *editorial plan content social media* untuk *event* hingga tahap terakhir mengikut serta saat keberlangsungan *event*.

Di dalam *MICE & Event Business* selain membuat perencanaan *event* dan *editorial plan content social media*, penulis juga mempelajari tentang pembuatan *content* di *photoshop* dan *Illustrator* dikarenakan keterbatasan skill *staff creative*. Kemudian, penulis juga diminta untuk membantu memposting *content social media* yang sudah dibuat sesuai dengan *editorial plan content social media*.

#### 3.2 Tugas Yang Dilakukan

Selama tiga bulan penulis melakukan praktik kerja magang, berikut adalah rincian kegiatan yang dilakukan oleh penulis:

**Tabel 3.1**

***Timeline Kerja Magang - MICE & Event Business***

JENIS PEKERJAAN	WEEK I	WEEK II	WEEK III	WEEK IV	WEEK V	WEEK VI	WEEK VII	WEEK VIII	WEEK IX	WEEK X	WEEK XI	WEEK XII	WEEK XIII
<b>SOCIAL MEDIA MARKETING</b>													
<i>Editorial Plan</i>													
<i>Update Content</i>													
<b>EVENT MANAGEMENT</b>													
<i>Research Data Artist</i>													
<i>Pencarian Usher</i>													

Sumber: Data Pribadi Penulis

#### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

##### 3.3.1 Social Media Marketing

Media sosial adalah teknologi efektif yang digunakan untuk menjangkau dan

menghubungkan seseorang dengan orang lain, menciptakan hubungan, serta membangun kepercayaan. Media sosial hanya seperangkat alat dalam teknologi baru yang memudahkan pengguna untuk lebih efisien dalam membangun hubungan dengan orang lain (Safko, 2012, p4). Mengetahui hal ini, *Gold Light Entertainment* turut menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dengan para *followers Gold Light Entertainment* di *social media* yaitu Instagram. Dengan media sosial masyarakat dapat dijangkau dengan lebih mudah dan luas menggunakan sosial media tersebut untuk *photo sharing*, *video sharing*, serta *social networking*.

**Gambar 3.1**

***Timeline Content Social Media Update January 2020***

TIMELINE CONTENT SOCIAL MEDIA UPDATE JANUARY // 2020						
MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15 First Update Inform Park Jihoon Concert	16 Inform Ticket Price Park Jihoon Concert	17 Press Conferences Park Jihoon & Inform Ticket on Sale	18 Inform Official Ticketing Partner & Ticket Sales FAQ's	19
20 Inform Ticket Park Jihoon Available, Inform Diamond Sold & Seat Concert	21 Inform Ticket Still Available & Inform Give Away	22 Question For GiveAway	23	24 Answer Question	25 Inform Winners GiveAway	26
27 Inform Ticket Park Jihoon Still Available	28 Inform Gift Corner	29 Question For GiveAway	30	31 Answer Question		

Sumber: Data Pribadi Penulis

**Gambar 3.2**

***Timeline Content Social Media Update February 2020***

TIMELINE CONTENT SOCIAL MEDIA UPDATE  
FEBRUARY // 2020

MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
					1 Inform Winners GiveAway	2
3	4 Question For GiveAway	5	6 Answer Question	7 Inform Winners GiveAway	8 Inform H-7 Concert Pak Jihoon	9
10	11 Inform Prohibited Items	12 Inform H-3 Concert Park Jihoon	13 Inform H-2 Concert Park Jihoon	14 Inform H-1 Concert Park Jihoon, Greetings From Park Jihoon, Rundown Concert	15 Show Day Time	16
17	18 Update after concert	19	20	21	22	23
24	25	26 First Update ASITA WISE Travel Fair 2020	27 ASITA WISE Travel Fair 2020	28 ASITA WISE Travel Fair 2020	29	

Sumber: Data Pribadi Penulis

**Gambar 3.3**

***Timeline Content Social Media Update March 2020***

TIMELINE CONTENT SOCIAL MEDIA UPDATE  
MARCH // 2020

MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
						1
2	3 Inform ASITA WISE Travel Ticket	4 Inform ASITA WISE Travel Ticket	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19 Inform ASITA WISE Postponed	20 Inform ASITA WISE Postponed	21 Inform ASITA WISE Postponed	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Sumber: Data Pribadi Penulis

*Gold Light Entertainment* membutuhkannya media untuk melakukan promosi agar *event* yang diselenggarakan dapat menarik audiens. Media sosial membuat sebuah *brand* untuk terlihat dengan audiens dengan cara cara kreatif yang bisa meningkatkan *event* yang berujung pada penjualan tiket. Strategi promosi pada *event* di sosial media dapat mencakup - *pra-event*, *event*, dan *pasca event*. Berdasarkan gambar 3.1, gambar 3.2, dan gambar 3.2 pembuatan *content social media* sangat berfungsi untuk menyampaikan informasi – informasi terkait *pra-event*, saat *event* berlangsung serta *pasca event*. Pada saat *pra-event* *Gold Light Entertainment* menggunakan *social media* untuk menyampaikan *event* yang akan diselenggarakan, menginformasikan harga tiket *concert* yang akan diselenggarakan, mengadakan *give away* agar menarik audiens serta meningkatkan *awareness* pada *event* yang akan diselenggarakan dan *social media Gold Light Entertainment*. Pada saat *event* berlangsung *social media* digunakan untuk melakukan *live report* atau menginformasikan aktivitas yang sedang berlangsung pada saat *event*. Sedangkan *pasca event social media* digunakan untuk memberikan *throwback* saat acara berlangsung seperti menampilkan *photo* dan cuplikan *video* saat acara yang telah diselenggarakan.

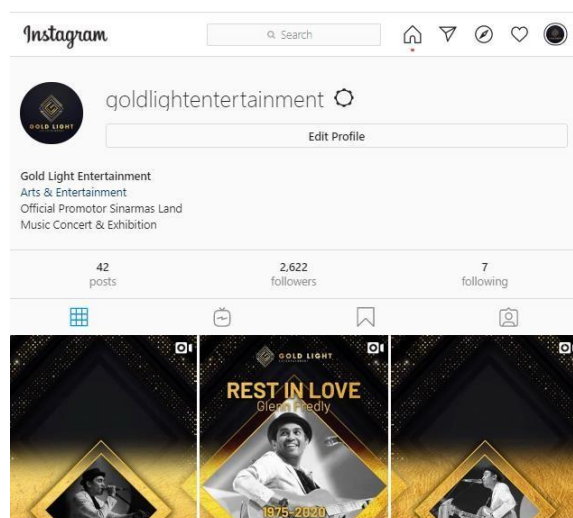
Penulis mempunyai tanggung jawab untuk mengelola sosial media menjadi admin di *Instagram* yang mengharuskan menjawab pertanyaan atau komentar dari *followers* serta harus membuat *editorial plan content social media* sebelum *update content*. *Editorial plan content social media* berfungsi untuk menyesuaikan *content* acara yang sedang berlangsung, mendata *content* yang menarik untuk audiens. Contohnya *Editorial plan content social media* untuk Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020 *content* yang dibuat harus disesuaikan dengan tema *event*, serta setiap *update content* harus memiliki izin dari pihak *management* atau *client* untuk *event* tersebut. *Content* yang harus di *update* harus sesuai dengan *editorial plan content social media* yang sudah dibuat seperti *content* untuk *feeds* dan *story* di *Instagram*.

Hingga kini pengikut *Gold Light Entertainment* di media sosial *Instagram* baru mencapai 2.622 Followers, seperti terdapat pada gambar 3.4. *Gold Light Entertainment* juga melakukan promosi *event* yang sedang berlangsung melalui *Instagram Ads* selama 2 minggu sebelum acara berlangsung. Fungsi dari promosi di *social media* khususnya *Instagram Ads* adalah untuk meningkatkan minat beli audiens pada *event* yang akan diselenggarakan serta dapat meningkatkan *awareness* pada *event* yang akan diselenggarakan dan *social media* milik *Gold Light Entertainment*. Melakukan promosi *Instagram Ads* cukup berpengaruh, karena adanya peningkatan *impression* pada *social media* serta menggunakan *Instagram Ads*

meningkatkan *People Reached* menjadi 22,944 yang merupakan 95% bersal dari *click promotion* di *Instagram* di *Instagram* sedangkan *impression* pada promosi menjadi 25,953. Media sosial ini diharapkan kedepannya menjadi salah satu media publikasi yang cukup baik. Sebagai admin dari Instagram setiap harinya penulis harus merespon pertanyaan dari *followers* dan memberikan informasi dengan baik dan sesuai. Selain *menghandle social media* penulis diharuskan untuk membuat *design content* untuk di posting di media sosial. Media sosial ini diharapkan kedepannya menjadi salah satu media publikasi yang cukup baik. Sebagai admin dari Instagram setiap harinya penulis harus merespon pertanyaan dari *followers* dan memberikan informasi dengan baik dan sesuai. Selain *menghandle social media* penulis diharuskan untuk membuat *design content* untuk di posting di media sosial.

Selanjutnya, untuk menarik audiens datang ke *event* yang akan di selenggarakan *Gold Light Entertainment* membuat *give away* memberikan *ticket* gratis untuk menonton Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020 bagi yang beruntung. Penulis diminta untuk merekap dan menulis laporan terkait *event* Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020 yang telah dilaksanakan serta merekapulasi nama peserta yang mengikuti *give away* yang di selenggarakan oleh *Gold Light Entertainment* dan menginformasikan bagi pemenang yang mendapatkan tiket gratis nonton Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020. Penulis juga diminta untuk membuat FAQ's untuk *event Gold Light Entertainment* karena banyaknya pertanyaan yang sama dan diharuskan menjawab setiap pertanyaan sesuai dengan FAQ's yang sudah di buat agar tidak adanya kekeliruan setiap jawaban atau adanya perbedaan jawaban setiap pertanyaan dari audiens

### Gambar 3.4

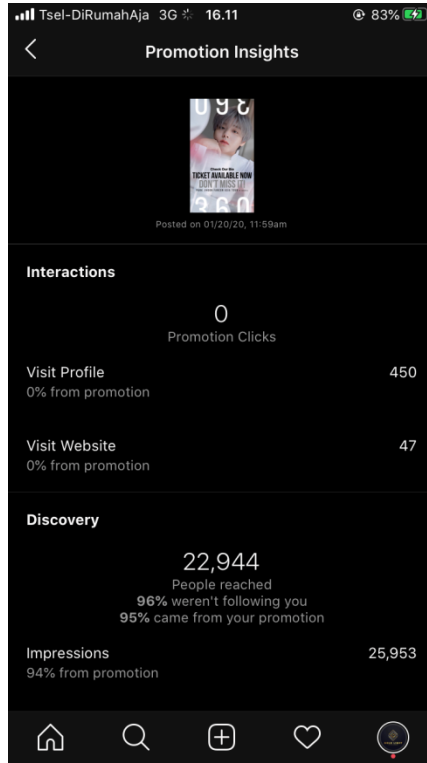


### Instagram Gold Light Entertainment

Sumber: *Official Account Instagram Gold Light Entertainmen*

### Gambar 3.5

#### Promotion Insight



Sumber: Data Pribadi Penulis

### Gambar 3.6

#### Story Line Content Covid-19

---

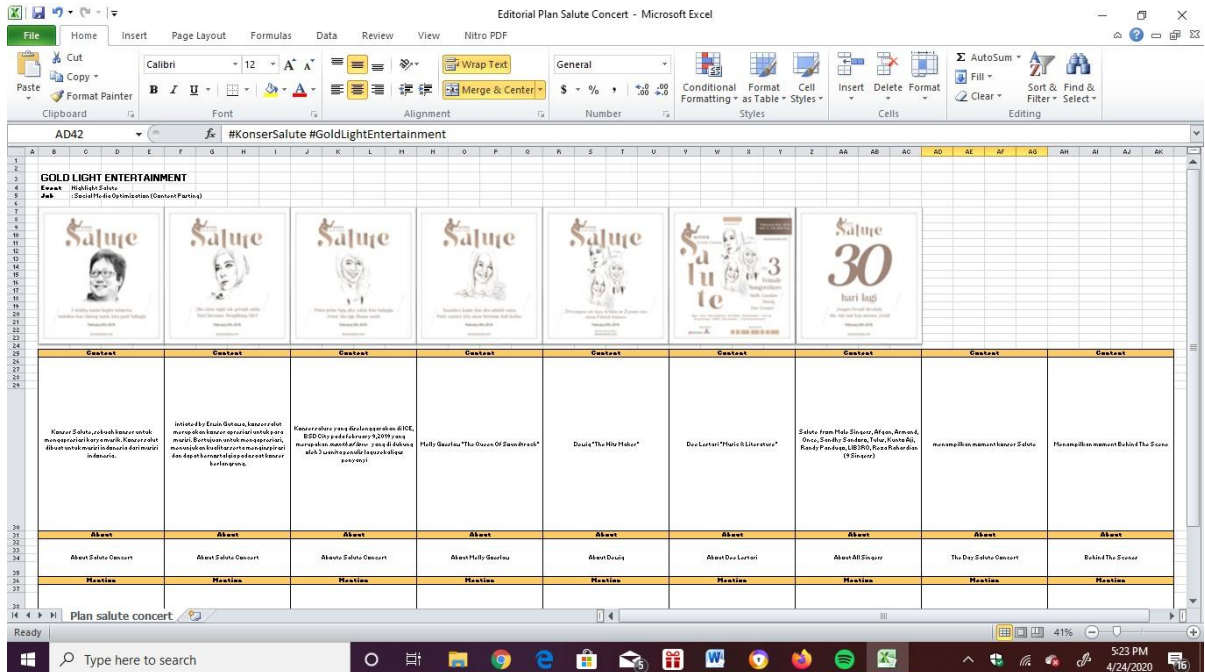
Storyline	
Judul	: "Covid-19"
Announcer	: "Hallo, saat ini Indonesia sedang diuji dengan virus corona atau yang dikenal dengan Covid-19 kamu tidak perlu panic karena dengan kita mengenal corona lebih dekat kita mampu mencegah penularannya dengan baik."
Announcer	: "Taukah kamu saat ini corona virus sudah menyerang ribuan orang diberbagai Negara dan menelan banyak korban jiwa. Total sudah ada 158 negara yang mengkonfirmasi telah terkena virus corona termasuk Indonesia saat ini juga virus corona sudah mewabah di Indonesia dengan 134 kasus, dan 5 kematian serta 8 sembuh."
Announcer	: "Awalnya virus corona berasal dari hewan liar, virus tersebut melompat dari hewan liar ke manusia. Sedangkan penularan antar manusia ketika penderita bersin dan batuk. 2-14 hari merupakan masa inkubasi saat pasien pertama kali tertular virus hingga menunjukkan gejala awal. Yang paling berisiko terkena virus corona adalah lansia berusia diatas 70", orang yang memiliki penyakit lain seperti diabetes, jantung dan penyakit pneumonia serta memiliki riwayat sakit pefafasan."
Announcer:	"Saat ini dokter dan para ilmuwan masih berusaha memahami virus corona. Yuk, kenali bagaimana gejala saat terkena virus Corona. Gejala yang paling umum ditemukan yaitu demam, batuk, sesak nafas, sakit kepala, sakit tenggorokan, flu serta muntah muntah. Jika anda merasa memiliki gejala tersebut, segeralah cek kedokter dan ceritakan secara lengkap kondisi fisik dan riwayat perjalanan. Tetaplah berada di rumah jika badan tidak fit agar tidak menuliri orang lain, dan menggunakan masker saat berada di luar rumah."
Announcer:	"Penyebaran virus Corona sangatlah cepat, menurut UNICEF"

---

Sumber: Data Pribadi Penulis

# Gambar 3.7

## Editorial Plan Content Social Media

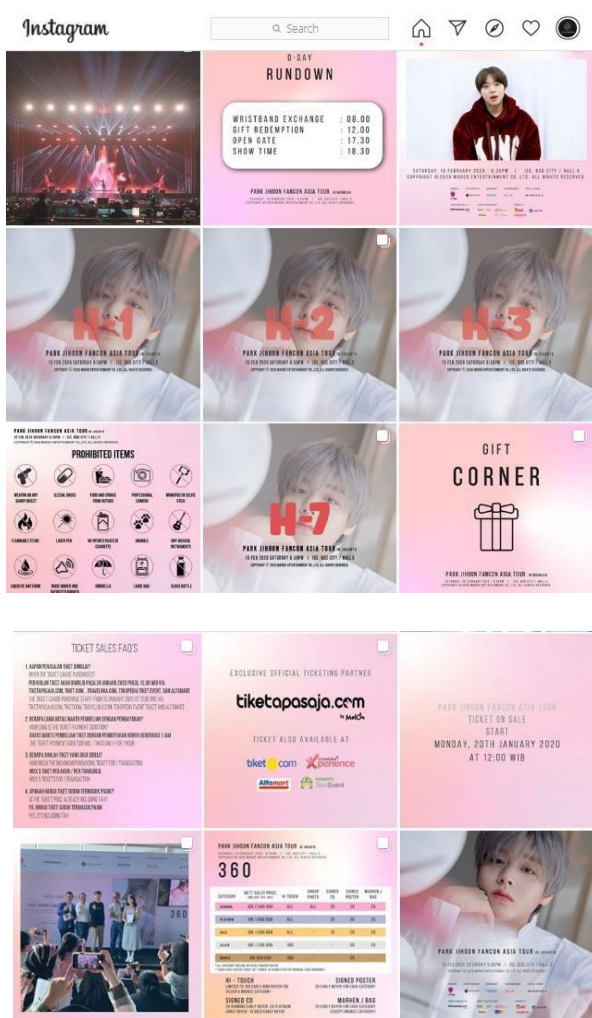


Sumber: Data Pribadi Penulis



Gambar 3.8

*Content Instagram Gold Light Entertainment Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020*



Sumber: *Official Account Instagram Gold Light Entertainment*

Gambar 3.9

Rekaptulasi Data GiveAway

GOLDLIGHT ENTERTAINMENT				
EVENT: Park JiHoon FanCon Asia Tour 2020 & General Posting GIVEAWAY PART I				
NO	Nama Account	Followers	Following	Approved
1	_maliaaaptr	168	602	x
2	michinyeja	926	886	y
3	laliffr	284	371	y
4	annisatjeng	1.485	1.473	y
5	chenstepchen	803	556	y
6	kidutux	622	403	y
7	rinskyraaa	137	104	x
8	nadyafitriawaliyah	92	261	x
9	chalistark	808	618	y
10	nabilalyf_	762	610	y
11	innekur	818	905	y
12	wafikazz	550	1.287	x
13	rulll.27	399	325	y
14	sarahayndn	417	1.118	x
15	na.nawi	755	570	y
16	salsaaa28j	81	68	x
17	just.incess	27	39	x
18	noviaamorita	727	470	y
19	dhonhadd_nanad	240	809	x

PEMENANG GIVEAWAY PART I	
1. Nama : Novie Abygail Rudi No ID: 3171075711010005 Email: Novieabygail@gmail.com Account: Novieabygail	
2. Nama : Nabilah Andisi Pahlevi No ID: 3674056407010005 Email: Nabilahandisi@gmail.com Account: Nabilahands	
3. Nama : Fraulein Atjelina No ID: 3276095808020001 Email: frauleinatjelina@gmail.com Account: Atjelina_	
4. Nama : Novia Amorita No ID: 3172015805920001	

Sumber: Data Pribadi Penulis

Gambar 3.10

FAQ Social SMedia

FAQ SOCIAL MEDIA			
GOLD LIGHT ENTERTAINMENT			
Prepared by	: Gold Light Entertainment	Date	: January 2020
No.	Deskripsi	Pertanyaan	Jawaban
A	Park Ji Hoon FanCon Asia Tour		
	Berisi seputar detail konser Park Ji Hoon FanCon Asia Tour 2020	berapa harga untuk masing masing kelas?	Diamond: 2,5 jt Platinum: 1,8jt Gold: 1,5jt Silver: 1,2 jt Bronze: 950rb Semua tiket sudah termasuk pajak
		kapan open gate? Dan waktu show?	open gate : 16.00 WIB Showtime: 18.30 WIB
		dimana lokasi dan waktu acara?	Park Ji Hoon FanCon Asia Tour 2020 akan diselenggarakan tanggal 15 Februari 2020 di Hall 5 ICE BSD Cty

Sumber: Data Pribadi Penulis

3.3.2 Event Management

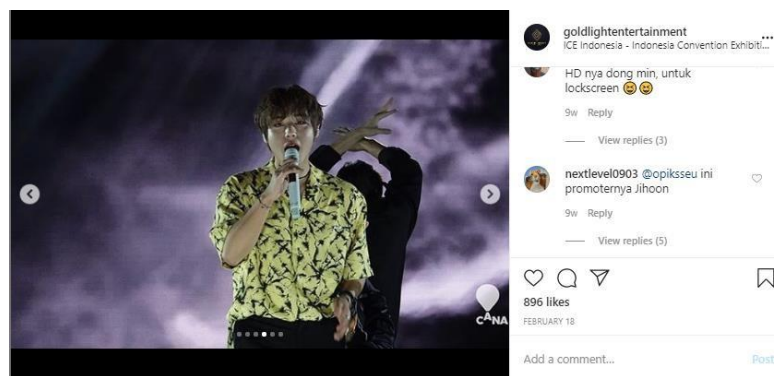
Event diartikan sebagai salah satu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu maupun kelompok (perusahaan) yang terikat. Diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat pada waktu tertentu Any, Noor (2013, p14).

Gold Light Entertainment pada tanggal 15 Februari 2020 menyelenggarakan Park JiHoon FanCon Asia Tour 2020. Acara Park JiHoon FanCon Asia Tour 2020 adalah fan meeting

*concert* yang diselenggarakan di beberapa Negara Asia. Park Jihoon merupakan artist berasal dari Korea Selatan. Acara tersebut diselenggarakan di ICE BSD City, Tangerang Selatan dan di hadiri lebih dari 2500 penonton. Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020 memiliki keunikan sendiri dibandingkan konser yang sebelumnya pernah diadakan, dikarenakan membawakan album “360” dan membawakan tema *fans conversation meeting* yang mengartikan adanya interaksi dengan penonton, serta *mini concert* membawakan hanya beberapa lagu dari album. Adanya interaksi Park Jihoon dengan penonton membuat suasana Park Jihoon dengan *fans* lebih dekat, serta adanya kategori – kategori *stage* penton tertentu yang mendapatkan *hi-touch* dan *photo session* dengan Park Jihoon.

**Gambar 3.11**

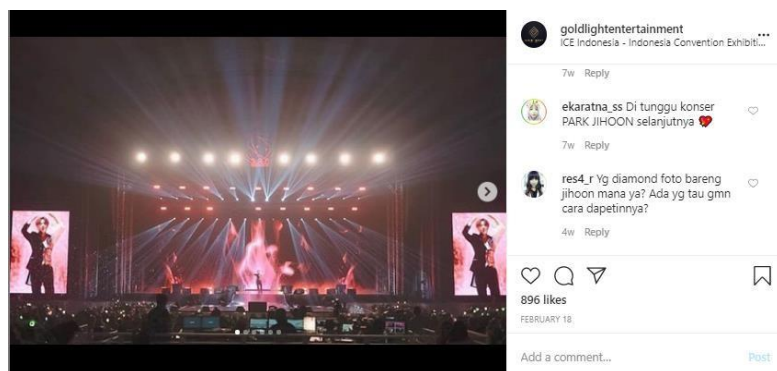
### **Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020**



Sumber: Arsip foto *Gold Light Entertainment*

**Gambar 3.12**

### **Stage Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020**



Sumber: Arsip foto *Gold Light Entertainment*

### 3.3.3 Pelaksanaan *Event Management*

Dalam melakukan kerja magang kontribusi penulis meliputi *Event Management* dan *Social Media Marketing* dalam melakukan proses pelaksanaan *event* terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui, yaitu:

#### 1. *Research Data*

Sebelum membuat sebuah *event Gold Light Entertainment* melakukan *research data analytics* untuk persiapan sebuah *concert* selanjutnya agar tidak adanya kesalahan atau kurangnya minat dari *audiens*. Untuk itu penulis diminta mencari data beberapa artis yang akan diajukan kepada pihak *management* dan memilih artis manakah yang layak atau sesuai untuk dapat diundang dan diselenggarakan konsernya seperti mencari *data research* untuk Dua Lipa, John Legend, Justin Timberlake, Bruno Mars, Gwen Stefani, Lewis Capaldi, Wiz Khalifa, Liam Payne, Calvin Harris, Childish Gambino, Travis Scott, Demi Lovato, Alicia Keys, Incubus, Selena Gomez, The Weeknd dan lain lain. *Output Data* research yang dibutuhkan adalah data *social media, digital media mention reach* international dan Indonesia, *award* yang sudah diraih, *research data concert* sebelumnya, *research data platform music*, dan mencari tau *trust issue* pada artisnya.

#### 2. *Persiapan event*

Penyelenggaraan acara atau biasa di sebut *event* baik *offline* maupun *online* merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian *public* terhadap perusahaan. Sebelum *event* di laksanakan tentunya ada banyak persiapan yang perlu dilakukan. Penulis turut serta dalam perencanaan dan persiapan *event* Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020 dan acara yang masih dalam tahap perencanaan seperti Nusatic 2020, Jom- run 2020 dan lain lainnya. Pertama yang dilakukan penulis yaitu melakukan *weekly meeting* membahas kegiatan yang akan dilakukan selama seminggu dan meng evaluasi proses pekerjaan.

Selanjutnya, mengikuti *meeting* dengan partner kerja *Gold Light Entertainment* untuk pembahasan *event, concept, production* dan lain lainnya. Penulis berkontribusi pada *meeting* tersebut untuk mencatat *minutes of meeting* yang sedang berlangsung agar dapat mengetahui kinerja yang sudah dilakukan, mengetahui pekerjaan yang akan dikerjakan serta mengevaluasi pekerjaan. Selanjutnya penulis diminta untuk melakukan list media untuk diajak kerja sama sebagai *media partner*.

#### 3. *Pelaksanaan Event*

Dalam pelaksanaan *event* penulis terlibat dalam *event* Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020 adalah *fan meeting concert* yang diselenggarakan dengan tujuan mendekatkan

Park Jihoon dengan fans-nya. *Concert* membawa lagu lagu dari album kedua Park Jihoon dengan nama “360” lalu adanya tanya jawab antara pembawa acara dengan Park Jihoon serta *games* yang dilakukan untuk menghibur audiens.

Selanjutnya penulis ditugaskan untuk mencari *usher* untuk Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020. *Usher* disini berfungsi untuk mengarahkan penonton ke tempat duduk yang sudah di tentukan saat acara berlangsung. Penulis juga menyeleksi beberapa *usher* untuk dipilih saat acara ber langsung, penulis juga mem-*brief usher job desk* apa saja yang akan dilakukan pada saat acara berlangsung serta memonitoring kinerja *usher* saat *event* berlangsung. Penulis juga membantu *design* untuk *signage* yang belum ada di *venue* sebagai penunjuk arahan *audiens* saat berada di *venue*.

#### 4. Evaluasi

Setelah *event* dilaksanakan penulis diminta untuk merekap dan menulis laporan terkait *event* Park Jihoon FanCon Asia Tour 2020. Penulis diminta untuk mengecek kembali hasil dari *photo group* dan di sebarkan kepada penonton yang sudah membeli *ticket diamond*. Penulis juga mengecek *social media* fans Park Jihoon untuk mencegah adanya *update post* di *social media* dengan durasi yang lama karena permintaan dari pihak *management* Park Jihoon tidak mengizinkan adanya rekaman video atau memfoto selama acara berlangsung.

**Gambar 3.13**

### Minutes of Meeting Nusatic

MINUTES OF MEETING NUSATIC		
DATE / TIME	Jumat, 6 Maret / jam 10.00 WIB	
VENUE	Green Office Park 6 – Tambora	
MEETING TITLE	Meeting Coordination	
CHAired BY	SML	
ATTENDEES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Franky (SML)</li> <li>• Nicko (SML)</li> <li>• Dendy (SML)</li> <li>• Sheila (SML)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Andri (Nusatic)</li> <li>• Hendra (Nusatic)</li> </ul>
No.	Topic	Details
1.	Nusatic 2020	a) Meningkatkan concept dan content di Nusatic 2020 seperti destinasi laut, talk show dengan start up, bursa ikan dan kelautan, adanya Entertainment, Reward "The Best Booth", Diorama ikan hias (KKP, LIPI, Taman Mini), seminar, b) Flow exhibition, show, penjualan berbeda c) Adanya PIC khusus d) Surat sudah dikirim kepada menteri
2.	Things to do next, and things to do for Nusatic 2020	a) Menjadwalkan meeting dengan Trubus b) Mengajukan ke menteri kelautan c) Eskrubahan dan penambahan benefit untuk sponsorship d) Business presentation setiap kategori sponsorship

Sumber: Data Pribadi Penulis

## Gambar 3.14

### List Media

HARIAN					
NO	NAMA MEDIA	ALAMAT	CONTACT PERSON	TELP	EMAIL
1	Republika	Jl. Varung Buncit Raja No.37, Jakarta Selatan 12510	(Penred) Ep. Nashih Masha (Vapenred) Ep. Brian Junaldi	5300 476 / 5330 478	sekretariat@republika.co.id
2	Monitor Depok	Jl. Magonda Raja No.245 B, Depok, 16422	(PenRed) Ep. Y.A. Suryono	7753 245 / 7753 267	monitordepok@yahoo.com
3	Vaspada	Gedung Bumi Warta Vaspada Lantai 4 Jl. Eriksen Katamsa / Suprpto No. 1 Medan	(Chief Editor ) Ep. Austin A. Tumengkol	(061) 450 858 Ext 130	redaksi@vaspada.co.id
4	Manado Post	PT. Wawang Ceterlang Press, Graha Pena Manado Post, Jl. Babe Palar No.54 Manado	(Penred) Cecilia Sarcinsong	(0431) 855 558	editor@manadopostonline.com
5	Riau Post	Gedung Graha Pena Riau Lt. 3, Jalan Lt. 5, Jl. HR Subrantas KM 10,5 Pekanbaru	(PenRed)Jasmawati Bahim	0761 64633	redaksi@riaupost.com
6	Rakyat Aceh	Jalan Sultan Malikussaleh No.109, Lhong Raja, Banda Aceh, Kode Pos: 23239	(Penred) Rita Budwan	(0651)05478	portakal.rakyat@gnail.com
7	Media Indonesia	Jl. Pilar Mas Raja Kav. A - D, Kebon Jeruk, Jakarta 1620	Direktur Pembelian Usman Kansong	581.2088 Ext: 1222 / 1224	redaksi@mediaindonesia.com cs@mediaindonesia.com
8	Padek	Jl. Adiregno No. 17 A Lubuk Buaya Padang Komplek Perencanaan Mangrove Lorok, Jl. KS Mangasarkoro No. 2 A Padang	(Penred) Masnan Bahren	0751-82938	redaksi@padangekspres.co.id
9	Radar Banjarmasin	Jalan Brig Jend Hasan Basri No. E-21 A, Provinsi Kalimantan Sel. 70223	(Penred) Toto Fahrudin	(0511) 3305953, 3304884	redaksi@radarbanjarmasin.co.id / bhar@radarbanjarmasin.co.id
10	Pontianak Post	Jl. Dajah Mada No 2-4 Pontianak, Kalimantan Barat 70124	(Penred) Herganto	0561-735071	redaksi@pontianakpost.co.id, co : skkepurnama@gmail.com
11	Tribun Manado	Jalan AA Maramis, Karang, Kecamatan Mpanget, Manado	(Penred) Ribur Rahajo	0431-812777	tribunmanado@yahoo.com
		The Bangkok Subur Tower 81, level 1	(Penred) Primuz Dornidu	+621-8736 9556	

Sumber: Data Pribadi Penulis

## Gambar 3.15

### Rekapitulasi Data Usher

USHE PARK JIHOON FANCON ASIA TOUR IN INDONESIA 2020						
NO	NAMA	EMAIL	APPROVE			
			Email	IN	OUT	
1	Dania Putri	<a href="mailto:dayhatmo@gmail.com">dayhatmo@gmail.com</a>				
2	Afdahazzikri Mangatsa	<a href="mailto:aribbx8@gmail.com">aribbx8@gmail.com</a>				
3	Asri Rachmawati	<a href="mailto:asrirachs@gmail.com">asrirachs@gmail.com</a>				
4	Ellen Maria	<a href="mailto:maria15ellen@gmail.com">maria15ellen@gmail.com</a>				
5	Aninditya Prilia	<a href="mailto:priliaaninditya@gmail.com">priliaaninditya@gmail.com</a>				
6	Puspa Suci Meiditiya	<a href="mailto:puspameiditiya145@gmail.com">puspameiditiya145@gmail.com</a>				
7	Nurul Anggraeni	<a href="mailto:nurulanggrni@gmail.com">nurulanggrni@gmail.com</a>				
8	yourel gandhi susanto	<a href="mailto:yourelgs@gmail.com">yourelgs@gmail.com</a>				
9	Aldo Ariyanto	<a href="mailto:aldo_ariyanto@yahoo.com">aldo_ariyanto@yahoo.com</a>				
10	Deanella Aubrey	<a href="mailto:dea_mandoya02@gmail.com">dea_mandoya02@gmail.com</a>				
11	Ayu Prameswari	<a href="mailto:ayuprames15@gmail.com">ayuprames15@gmail.com</a>				
12	Jesslyn Marvella	<a href="mailto:jesslyn.marvella24@gmail.com">jesslyn.marvella24@gmail.com</a>				
13	Syela Syaula Adrian	<a href="mailto:syelasyl@yahoo.com">syelasyl@yahoo.com</a>				
14	Gamas Ahmad	<a href="mailto:gamasahmad@gmail.com">gamasahmad@gmail.com</a>				
15	Erlangga Permana Putra	<a href="mailto:erlanggaormna@gmail.com">erlanggaormna@gmail.com</a>				
16	Melisa Gunawan	<a href="mailto:melisa.gunawan@student.umn.ac.id">melisa.gunawan@student.umn.ac.id</a>				

Sumber: Data Pribadi Penulis

Gambar 3.16

Data Research Dua Lipa

**DATA RESEARCH**

**GOLD LIGHT**

**DUA LIPA: DIGITAL MEDIA MENTION & REACH**  
FEBRUARY - MARCH 2020 | WORLDWIDE

\*Highly mention about DJA LIPA on March, 26th 2020 with 64 072 Social Media Reach (SMR) 310 Positives and 42 Negatives mentions

**DATA RESEARCH**

**GOLD LIGHT**

**DUA LIPA: GOOGLE SEARCH INDONESIA**

Key Words:  
Dua Lipa , Dua Lipa Indonesia, Dua Lisa Fans Indonesia ,  
Dua Lipa concert , Dua Lipa songs

**DATA RESEARCH**

**GOLD LIGHT**

**DUA LIPA: DIGITAL MEDIA MENTION & REACH**  
FEBRUARY - MARCH 2020 | INDONESIA

\*Highly mention about DJA LIPA on March, 26th 2020 with 11,273 Social Media Reach (SMR) 4 Positives and 0 Negatives mentions

**DATA RESEARCH**

**GOLD LIGHT**

**DUA LIPA: OFFICIAL SOCIAL MEDIA**  
Facebook, Twitter and Instagram

@DUALIPA 4.2 M Followers | 593 Tweets  
@duaofficial 6.664.430 Likes

**DATA RESEARCH**

**DATA RESEARCH**

**DATA RESEARCH**

**GOLD LIGHT**

**DUA LIPA ISSUE**

**NME**

Don't come out: Dua Lipa sets new rules for social distancing during the coronavirus crisis

HOW TO AVOID CORONAVIRUS

- Don't show up
- Don't come out
- Don't start caring about me now
- Walk away, you know how
- Don't start caring about me now
- Don't start caring about me now

**DATA RESEARCH**

**GOLD LIGHT**

**DUA LIPA ON BILLBOARD**

**TOP 5 ON BILLBOARD:**

1.	New Rules	Peaked at #6 on 2.11.2018
2.	JDGAP	Peaked at #49 on 5.5.2019
3.	One Kiss	Peaked at #2 on 2.5.2018
4.	Don't Start Now	Peaked at #2 on 3.2.2020
5.	Scared To Be Lonely	Peaked at #76 on 1.23.2019

**DATA RESEARCH**

**GOLD LIGHT**

**THE SELF TITLED TOUR NEWS**

**billboard** **AXS**

Dua Lipa Wraps Up First Asia Tour

Dua Lipa announces major 2018 North American tour

**THE STRIX TIMES**

Dua Lipa review, Olympia Theatre, Dublin: Made for arenas

**DATA RESEARCH**

**GOLD LIGHT**

**DUA LIPA SPOTIFY**

**POPULAR ON SPOTIFY:**

1.	New Rules	1,324,254,225 Listeners
2.	One Kiss	822,698,204 Listeners
3.	JDGAP	867,158,124 Listeners
4.	Scared To Be Lonely	792,936,859 Listeners
5.	Don't Start Now	622,114,312 Listeners

**DATA RESEARCH**

**DATA RESEARCH**

Sumber: Data Pribadi Penulis

### **3.4 Kendala Yang Ditemukan**

Dalam menjalankan kerja magang di *Gold Light Entertainment*, ada beberapa kendala yang ditemukan. Dikarenakan keterbatasan pegawai didalam *MICE & Event Business* serta minimnya pengalaman penulis dalam membuat sebuah *event* berdampak kepada pelaksanaan *event* yang kurang maksimal karena kekurangan sumber daya manusia maupun kurangnya kordinasi dari atasan kepada bawahan. Kurangnya kordinasi yang baik terhadap atasan dengan bawahan dalam pengerjaan tugas, serta sulitnya penentuan *content* untuk *social media* karena harus meminta persetujuan pihak *client* dan *management*. Kendala dalam media *social media* dikarenakan kurangnya koordinasi materi untuk *design* karena kurangnya *staff* untuk bagian *design* serta *design* harus menyesuaikan dengan keinginan *client* dan tema. Dalam penggunaan *media social* kendalanya terjadi pada keterlambatan *update content* karena materi belum dipersiapkan dengan baik.

### **3.5 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan**

Dalam membuat sebuah *event* tentunya diperlukan sebuah *research* dan survey yang mendalam agar mengetahui kelebihan dan kekurangan konsep *event* yang akan dibuat. Penulis telah membuat beberapa solusi meminimalisir kendala, yaitu diperlukan sebuah *research data* yang lebih mendalam tentang target audiens sesuai dengan acara agar mengetahui konsep *event* yang terbaik yang akan dibuat. Ketersediaan sumber daya manusia yang mencukupi akan mempermudah dalam perencanaan *event* terutama di divisi *event production* dan *creative design*. Koordinasi yang baik antara atasan dengan bawahan perlu dipersiapkan dengan baik agar tercipta komunikasi satu arah dan mengurangi adanya kesalahpahaman. Lebih bersikap aktif dan inisiatif dalam bertanya kepada pembimbing lapangan mengenai informasi dan kelengkapan data untuk membuat sebuah *content*