

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Event merupakan salah satu instrumen komunikasi yang banyak dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperkenalkan diri kepada khalayaknya. Dibandingkan dengan alat komunikasi pemasaran yang lain, *Event* yang melibatkan *targeted audience* merupakan alat publikasi yang ampuh bagi perusahaan. Pemanfaatan *event* yang digunakan sebagai alat promosi perusahaan seringkali dinilai lebih efektif daripada pengalokasian dana untuk beriklan di media massa.

Selain itu, *event* juga dapat mendorong penyebaran aktivitas *word of mouth* tentang *brand* karena didalamnya melibatkan emosi *audience*. Penyelenggaraan *event* oleh perusahaan biasanya dilakukan dalam bentuk *sponsorship*. Oleh karena itu, pelaksanaan *event* sebaiknya dilakukan dengan perencanaan matang agar tujuan perusahaan dalam menyelenggarakan *event* tersebut dapat tercapai (Suhendra & Wardhani, 2015).

Event diartikan sebagai sebuah kegiatan atau peristiwa yang sengaja dibuat untuk membangun interaksi dengan para pengunjung sehingga memberikan pengalaman yang menarik dan mengesankan secara langsung. Menurut (Halsey, 2010) *event* dikatakan sebagai sebuah peristiwa yang direncanakan untuk kepentingan tertentu.

Event adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terkait secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Kamal & Widodo, 2018).

Terdapat empat jenis *event*, yaitu *Leisure Event*, *Cultural Event*, *Personal Event*, dan *organizational Event* (Any, 2013). Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. ***Leisure Event***. Merupakan kategori *event* yang berkembang banyak pada kegiatan keolahragaan yang di dalamnya memiliki unsur pertandingan dan mendatangkan banyak pengunjung.
2. ***Personal Event***. Kegiatan yang didalamnya melibatkan anggota keluarga atau teman di mana kategori *event* ini dapat dikatakan lebih sederhana. Contoh pada personal event adalah penyelenggaraan pesta pernikahan dll.
3. ***Cultural Event***. Merupakan kegiatan yang identik dengan budaya atau memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat. Dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang kian pesat mendorong pula penyelenggaraan *cultural event* terkemas lebih menarik serta mampu menyesuaikan dengan situasi serta kondisi pada era modern sehingga menjadi suatu susunan serta padu padan yang berkesan.
4. ***Organizational Event***. Bentuk *event* yang diselenggarakan pada *organizational event* adalah kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi. Contoh bentuk *event* pada *organizational event* antara lain konferensi pada sebuah partai politik, pameran/ *expo* yang diselenggarakan oleh suatu organisasi/ perusahaan dengan kepentingan organisasi/ perusahaan tersebut.

Dalam membentuk atau melaksanakan sebuah *event*, tidak lepas dengan yang namanya sebuah perencanaan atau yang biasa kita sebut dengan istilah *Planning*. Mendefinisikan perencanaan sebagai sebuah proses yang dimulai dari penetapan tujuan organisasi, menentukan strategi untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut secara menyeluruh, serta merumuskan sistem perencanaan yang menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengoordinasikan seluruh pekerjaan organisasi hingga tercapainya tujuan organisasi. Dengan dilaksanakannya sebuah *event*, maka dibutuhkan juga sebuah *planning* untuk mencapai tujuan yang akan diraih oleh sebuah organisasi seperti yang dikatakan oleh (Sule & Saefullah, 2018).

Creative Nest Indonesia juga memiliki *competitor* salah satunya adalah Kreatif.Hub yang kurang lebih sama. Tetapi Kreatif.Hub lebih unggul pada *photography*, *animasi* dan *film* menjadi tujuan utama dalam mengembangkan *event*

yang dimiliki. Adanya Kreatife.Hub sebagai *competitor* dari Creative Nest Indonesia sama-sama ingin menaikkan *engagement* dengan menggunakan promosi melalui *event* yang dibuat secara berkala dan teratur. Kreatif.Hub juga berfokus pada produksi dalam pembuatan karya *film* maupun sebagai *agency talent*.

Pada saat ini, praktik kerja magang telah selesai dilakukan di sebuah perusahaan di bawah naungan PT Triwira Putera Perkasa yang bekerja sama dengan Sinar Mas Land, yaitu Creative Nest Indonesia. Creative Nest Indonesia berlokasi di The Breeze #L17-18, BSD City, Tangerang, Banten. Posisi yang ditempati pada saat melakukan kerja magang di Creative Nest Indonesia adalah sebagai *Creative Event Planner Internship*.

Creative Nest Indonesia sebuah *start-up* atau sebuah wadah untuk orang-orang yang ingin mengembangkan kemampuan yang dimiliki. Yang menjadi ketertarikan orang lain untuk mengikuti *event* yang diadakan adalah tergantung dari siapa narasumber yang menjadi pembicara untuk *workshop*-nya atau siapa yang mengisi acara atau artis pada *live acoustic* berlangsung. Maka dari itu, banyaknya pengunjung kegiatan ini berbeda-beda tergantung siapa yang menjadi pembicaranya.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari kerja magang ini adalah :

1. Mengetahui proses perancangan sebuah *event* dengan baik dan benar di Creative Nest Indonesia
2. Merasakan Pengalaman dalam merancang sebuah *event* dengan mengikuti proses dari awal hingga akhir sebuah *event*
3. Mempunyai kemampuan untuk bekerja sama dan berkomunikasi dengan satu divisi maupun narasumber.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di Creative Nest Indonesia berlangsung dengan minimal 60 hari kerja atau sekitar 3 bulan terhitung dari 14 Agustus 2020 – 30

November 2020. Adapun waktu efektif kerja yang dilakukan terdiri dari 5 hari dalam seminggu. Pada saat pelaksanaan kerja magang juga diharapkan hadir dalam setiap kegiatan *event* yang diselenggarakan oleh Creative Nest Indonesia walaupun diluar hari kerja (Senin-Jumat) maupun setelah jam kerja selesai. Adapun ketentuan hari dan jam pelaksanaan kerja dapat dilihat pada tabel.

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan Kerja Magang

Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat
Senin - Jumat	10.00 – 18.00	12.00 – 13.00
Sabtu	Fleksibel	-

Sumber : Data Olahan Laporan, 2020

1.3.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang berlangsung sebagai berikut:

GAMBAR 1. 1 Prosedur Kerja Magang



Sumber : data olahan Laporan, 2020

Pengiriman *curriculum vitae* pada tanggal 24 Juni 2020 kepada HRD dari Creative Nest Indonesia. Setelah itu pada tanggal 2 Juli 2020, terdapat panggilan untuk melakukan *interview* melalui telepon. Lalu pada tanggal 11 Juli 2020 diterima untuk melakukan kerja magang di perusahaan tersebut. Setelah itu pada tanggal 15 Juli 2020 penulis memulai kerja magang hingga diselesaikan pada tanggal 30 November 2020.