BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan kegiatan kerja magang di Creative Nest Indonesia, posisi yang didapat adalah sebagai *event planner intern* yang memiliki tugas untuk merencanakan kegiatan-kegiatan yang akan diadakan oleh Creative Nest Indonesia. Sebagai *event planner intern*, diawasi langsung oleh *Chief Operating Officer* yaitu Elrica Sofridia yang juga mengurus keseluruhan operasi di Creative Nest Indonesia.

Divisi *Event Planner* memiliki tanggung jawab untuk mencari ide-ide serta konsep sebuah kegiatan yang ditentukan dari *pre-event, event, dan post-event.* Selain itu divisi ini juga diharuskan membuat suatu proposal acara yang didalamnya terdapat rancangan anggaran kegiatan atau acara yang akan dijalankan dan juga memberikan detail atas setiap perlengkapan yang dibutuhkan dalam acara atau kegiatan tersebut.

Divisi *Event Planner* memiliki tanggung jawab langsung terhadap orang-orang yang terlibat dalam acara yang direncanakan seperti narasumber ataupun vendor. Tugas yang diberikan dan diarahkan langsung oleh COO maupun CEO dari Creative Nest Indonesia. Setiap kegiatan yang sudah selesai dilaksanakan langsung dilaporkan setelah acara tersebut selesai dalam suatu *event report* yang berisi informasi-informasi mengenai acara yang sudah selesai diselenggarakan seperti kegiatan promosi, dokumentasi, dan juga informasi mengenai individu atau orang-orang yang hadir dalam acara tersebut. Setiap pekerjaan harian yang dilakukan oleh *intern* dilaporkan dalam suatu file *Daily Report* yang dipantau langsung oleh COO dari Creative Nest Indonesia.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada minggu pertama melaksanakan kerja magang sebagai anggota divisi *Event Planner*, mahasiswa lebih banyak melakukan pengenalan dan proses beradaptasi dengan lingkungan kerja serta budaya dari Creative Nest Indonesia.

Selama melakukan pengenalan mahasiswa mulai melakukan riset dan mengumpulkan ide-ide *event* apa yang baik dan bisa dilakukan secara tepat. Di minggu kedua hal yang dipelajari adalah bagaimana cara mengajukan kerja sama kepada narasumber, membuat perencanaan *event*, membantu tim dalam merencanakan dan mengeksekusi *event*, dan terlibat langsung dalam setiap *event* yang diselenggarakan oleh Creative Nest Indonesia.

Tabel 3. 1 Uraian Timeline Deskripsi Kerja

NO	KEGIATAN	AGUSTUS		SEPTEMBER				OKTOBER				NOVEMBER			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Konsep Live Acoustic														
2	Budgeting Live Acoustic														
3	Approach Narasumber														
4	Mencari Media Pertner														
5	membuat proposal untuk media partner														
6	Membuat MoU untuk media partner														
7	mencari Vendor Sound														
8	mempelajari untuk Live Streaming														
9	Online Workshop														
10	Live Acoustic BiancaDimas														
11	Pembuatan Report														
12	Live Acoustic Teuku Rizky														
13	Live Acoustic Dead Bachelors														

Sumber : Data Olahan Laporan, 2020

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Pelaksanaan Kerja Magang

Pekerjaan yang dilakukan oleh *event planner intern* kontribusi dalam proses *event planning* untuk membuat konsep, mencari narasumber, proses berjalannya acara hingga evaluasi berlangsung merupakan tanggung jawab dari penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang di Creative Nest Indonesia. Kami merancang *Event Planning* sesuai dengan pilar yang dimiliki oleh Creative Nest Indonesia. Proses *Event Planning* yang dilakukan oleh Creative Nest Indonesia merupakan pembuatan *workshop, talkshow, online class,* dan *live acoustic.*

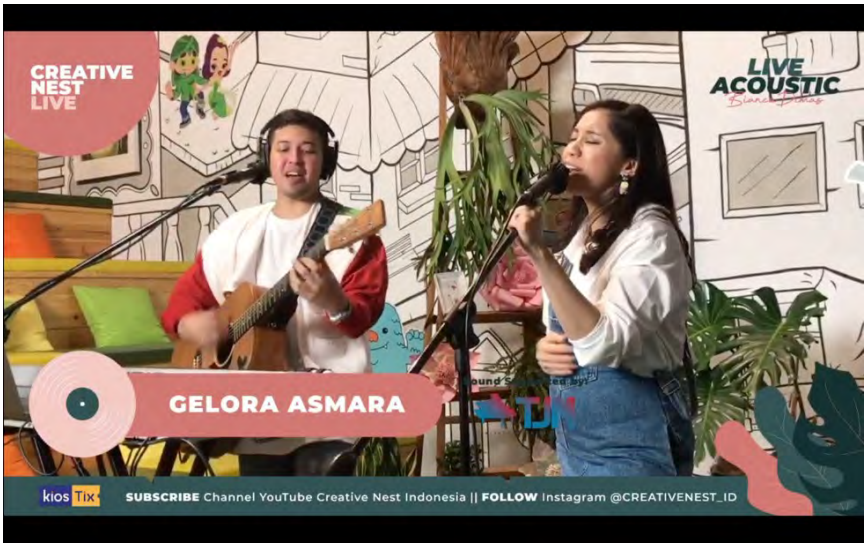
1. Konsep *Live Acoustic*

Untuk memulai untuk membuat *live acoustic* di Creative Nest Indonesia melalui koneksi atau kenalan dari CEO maupun COO dari Creative Nest Indonesia. Ketika sudah mendapatkan kesepakatan dari pihak artis dengan COO setelah itu diberikan kepada kami sebagai *contact person* untuk apa saja yang nantinya akan dilakukan, pembuatan MoU untuk bekerja sama. Kemudian strategi promosi yang seperti apa yang menarik untuk digunakan agar mendapatkan target *audience* yang mencapai target penjualan tiket. Kemudian bagaimana nanti *stage* yang diinginkan dari artis untuk saat *live acoustic* berlangsung.

Kebutuhan apa saja yang nanti akan dibutuhkan oleh Artis dan juga untuk *songlist* yang diperlukan untuk kebutuhan *bumper* pada saat *live* dan prompter. Kemudian menghubungi pihak partner untuk *live* yang digunakan oleh Creative Nest Indonesia adalah *KiosTix*. Untuk penjualan tiket dan juga *live streaming* yang dilakukan pada saat acara berlangsung. Menyusun *timeline* promosi yang dilakukan dan memproduksi video *shout out* sebagai *content* promosi. Kemudian mengingatkan pihak artis untuk *post content* promosi dan menginfokan *timeline* dari promosi dilakukan.

Live acoustic diproduksi secara *offline* di Creative Nest Indonesia sesuai dengan protokol kesehatan yang ada dengan jumlah panitia yang sedikit. Kemudian untuk yang membeli tiket bisa menonton dari mana saja dengan tiket yang sudah dimilikinya. Untuk *giveaway* atau tiket *special bundling* yang dijual akan dikirim sesuai dengan data yang sudah dikirimkan dari pihak *KiosTix* maupun *Google Form* yang kami buat dengan ongkos kirim yang ditanggung oleh pihak masing-masing.

GAMBAR 3. 1 Live Acoustic BiancaDimas



Sumber: Dokumentasi Internal Creative Nest Indonesia, 2020

2. *Budgeting Live Acoustic*

Budgeting harus direncanakan dan harus diperkirakan untuk memproduksi *live acoustic* berapa yang akan dikeluarkan dan bagaimana untuk mendapatkan keuntungan dari *event* yang diselenggarakan sehingga *sharing profit* yang didapatkan nantinya tidak merugikan pihak artis atau Creative Nest Indonesia. Agar pengeluaran untuk sebuah *event* tidak *over budgeting, budgeting* yang sudah di terima oleh COO nantinya akan dikirimkan kepada pihak artis untuk dipertimbangkan kembali.

Dengan adanya komunikasi dengan dua belah pihak sesuai dengan keinginan dari pihak Creative Nest Indonesia maupun pihak artis yang mempermudah untuk menjangkau target *audience*nya juga. Yang nantinya bisa sesuai dengan target penjualan tiket yang sudah direncanakan. Nantinya juga akan dikirimkan kepada pihak sponsor untuk pendanaan produksi yang diperlukan.

Tabel 3. 2 Budgeting Live Aldy Maldini

LIVE ACOUSTIC ALDY MALDINI (EXPENSES)						
NO	URAIAN	QYT	HARGA SATUAN		JUMLAH HARGA	
	VENUE					
1	Konsumsi CREW	54	IDR	20.000	IDR	1.080.000
2	BUNDLING (TOTE BAG)	100	IDR	22.000	IDR	2.200.000
3	ongkir		IDR	49.000	IDR	49.000
5	plakat	1	IDR	50.000	IDR	50.000
6	backdrop	1	IDR	600.000	IDR	1.000.000
7	sound system	1	IDR	1.450.000	IDR	6.500.000
8	Transport Devano	1	IDR	500.000	IDR	3.000.000
	PUBLIKASI					
1	IG Ads	12	IDR	50.000	IDR	600.000
		TOTAL COST			IDR	14.479.000

INCOME						
NO	URAIAN	QYT	HARGA SATUAN		JUMLAH HARGA	
1	REGULER	100	IDR	50.000	IDR	5.000.000
2	PRESALE	50	IDR	35.000	IDR	1.750.000
3	SPECIAL BUNDLING MERCH	100	IDR	100.000	IDR	10.000.000
4	SPECIAL BUNDLING CJR	100	IDR	100.000	IDR	10.000.000
5	Share Tiket Kios Tix (per total ticket sold)	350	-IDR	5.500	-IDR	1.925.000
		TOTAL GROSS REVENUE			IDR	24.825.000
		TOTAL PROFIT			IDR	10.346.000

(PROFIT)						
NO	URAIAN	QYT	HARGA SATUAN		JUMLAH HARGA	
1	ALDY MALDINI	50%	IDR	10.346.000	IDR	5.173.000
2	CREATIVE NEST INDONESIA	50%	IDR	10.346.000	IDR	5.173.000

Sumber : Data Olahan Laporan, 2020

3. *Approach* Narasumber

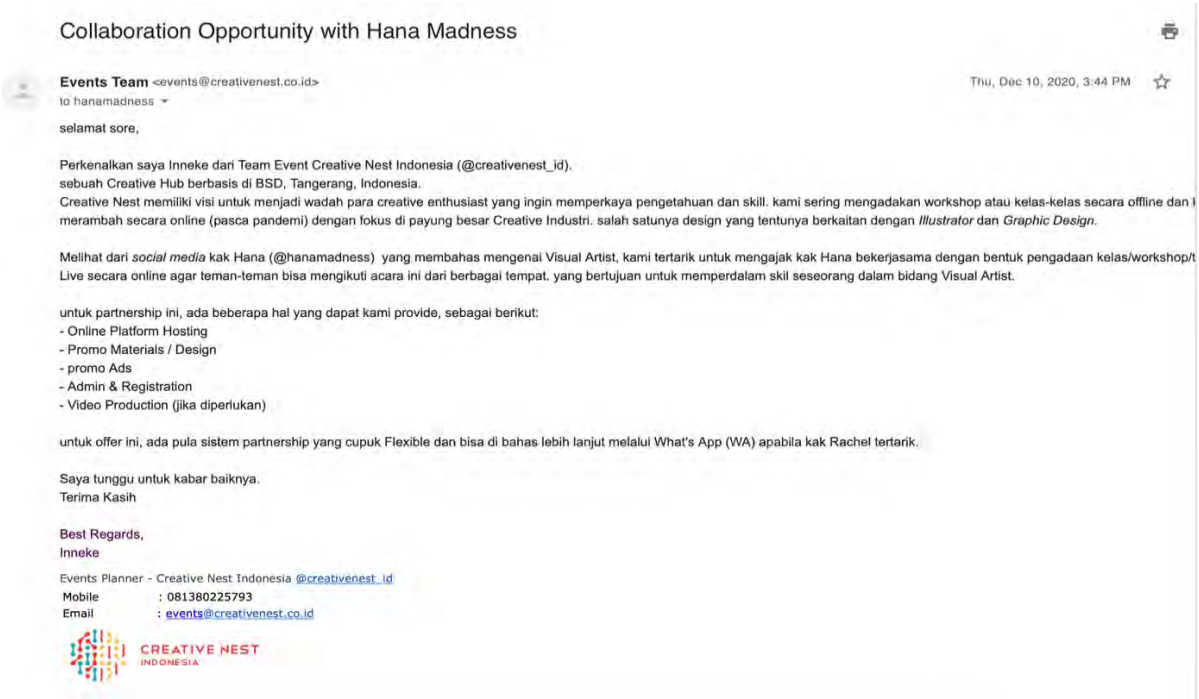
Untuk memenuhi biaya operasional dari perusahaan, Creative Nest Indonesia bergantung dengan adanya *workshop, Talkshow*, dan *Online course* dengan narasumber yang menarik dan sesuai dengan pilar-pilar yang dimiliki oleh Creative Nest Indonesia. Pilar-pilar yang dimiliki oleh Creative Nest Indonesia adalah *Game*, Animasi, Film, *Music*, *Design* dan *Illustrator*, dan *Art and Craft.*

Dari pilar-pilar tersebut kemudian mencari narasumber yang sesuai dengan kriteria dan juga menarik untuk diajak berdiskusi bersama dan memberikan ilmu yang menarik untuk peserta yang mengikuti. Dengan kondisi *pandemic* yang sekarang ini sedang terjadi maka kami melakukannya secara *online* agar bisa menjangkau hingga keluar kota dan juga narasumber yang baik dari berbagai kota

untuk memberikan ilmu yang dimiliki tanpa harus khawatir untuk keluar seusai dengan protokol yang ada dan bisa menjangkau secara keseluruhan.

Mencari narasumber merupakan hal yang sulit untuk membuat karena ketika memiliki narasumber yang baik dan memiliki materi yang baik tetapi belum tentu ada yang mau mengikuti kelas tersebut atau hanya ada satu atau dua orang saja yang mengikuti sehingga harus mengatur ulang dari jadwal yang ada ataupun membatalkan kelas tersebut karena sudah ditunda tetapi tetap tidak ada yang mengikuti antara harga yang kurang bersahabat ataupun narasumber yang masih belum diketahui oleh banyak orang. Biasanya mengajak narasumber melalui *email*, *Instagram* dan juga *Whatsapp*.

GAMBAR 3. 2 Collaboration Opportunity



Collaboration Opportunity with Hana Madness

Events Team <events@creativenest.co.id> Thu, Dec 10, 2020, 3:44 PM
to hanamadness

selamat sore,

Perkenalkan saya Inneke dari Team Event Creative Nest Indonesia (@creativenest_id).
sebuah Creative Hub berbasis di BSD, Tangerang, Indonesia.
Creative Nest memiliki visi untuk menjadi wadah para creative enthusiast yang ingin memperkaya pengetahuan dan skill. kami sering mengadakan workshop atau kelas-kelas secara offline dan
merambah secara online (pasca pandemi) dengan fokus di payung besar Creative Industri. salah satunya design yang tentunya berkaitan dengan *Illustrator* dan *Graphic Design*.

Melihat dari *social media* kak Hana (@hanamadness) yang membahas mengenai Visual Artist, kami tertarik untuk mengajak kak Hana bekerjasama dengan bentuk pengadaan kelas/workshop/
Live secara online agar teman-teman bisa mengikuti acara ini dari berbagai tempat, yang bertujuan untuk memperdalam skil seseorang dalam bidang Visual Artist.

untuk partnership ini, ada beberapa hal yang dapat kami provide, sebagai berikut:
- Online Platform Hosting
- Promo Materials / Design
- promo Ads
- Admin & Registration
- Video Production (jika diperlukan)

untuk offer ini, ada pula sistem partnership yang cupuk Flexible dan bisa di bahas lebih lanjut melalui What's App (WA) apabila kak Rachel tertarik.

Saya tunggu untuk kabar baiknya.
Terima Kasih

Best Regards,
Inneke

Events Planner - Creative Nest Indonesia @creativenest_id
Mobile : 081380225793
Email : events@creativenest.co.id

CREATIVE NEST
INDONESIA

Sumber : Data Olahan Laporan, 2020

4. Mencari *Media Partner*

Media partner sangat dibutuhkan untuk membantu mempromosikan acara *live acoustic* untuk mencapai atau mendapatkan *target audience* dari luar daerah yang sangat membantu dalam menarik *fans* dari artis yang mengisi *live acoustic*.

Yang ditawarkan dari Creative Nest Indonesia adalah mencantumkan logo dari media partner tersebut di *content* promosi yang kami gunakan, *press release* acara yang akan diselenggarakan dan juga dokumentasi pada saat acara berlangsung. Kemudian yang didapatkan dari Creative Nest Indonesia merupakan promosi melalui sosial media dari media partner, mendapatkan liputan secara langsung atau online, mendapatkan hasil liputan saat acara berlangsung dan mendapatkan artikel sebelum acara berlangsung.

GAMBAR 3. 3 Artikel Media Partner Radio UI

ARTIKEL

Live Acoustic with Aldy Maldini

Halo Gen Muda! Beberapa dari kalian pasti udah gak asing lagi nih sama Creative Nest Indonesia. Creative Nest Indonesia adalah sebuah Creative hub yang bertujuan untuk mewadahi para insan kreatif untuk saling terhubung. Setelah beberapa waktu sebelumnya menjadi special guest dalam Live Acoustic yang dilakukan bersama Teuku Ryzki, kali ini Creative Nest Indonesia kembali mengadakan Live Stream Acoustic bersama dengan Aldy Maldini.

Alvaro Maldini atau yang sering disapa Aldy Maldini dikenal sebagai anggota dari boyband Coboy Junior/CJR. Meskipun tidak bersama CJR, Aldy Maldini tetap meneruskan karir bermusiknya. Karya-karyanya sejak bersolo karir sudah banyak dikenal bahkan Gen Muda pasti ada yang hafal nih sama lagunya. Lagu dari Aldy yang sudah dirilis antara lain adalah "Biar aku yang pergi" dan "Kiamat kecil di hatiku". Dalam live acoustic nanti, Aldy akan membawakan

Sumber: Dokumentasi Internal Creative Nest Indonesia, 2020

5. Membuat Proposal *Media Partner*

Untuk mendapatkan kerja sama dengan media partner maka memerlukan proposal untuk menawarkan apa yang akan didapatkan dari pihak pertama dan pihak kedua sehingga untuk menjalin kerja sama yang baik dari yang sudah ditawarkan sesuai dengan ketentuan dari media maupun kebijakan dari kami. Siapa yang menjadi sasarannya dari pihak mana saja yang akan mengikuti atau membeli tiket, tujuan dari kegiatan, tema dari kegiatan, poster kegiatan, dan lain sebagainya. Menjelaskan detail acara yang akan dilaksanakan dan *rundown* dari kegiatan agar pihak media mengetahui rangkaian dari kegiatan yang akan dilangsungkan nantinya. Untuk mencapai kesepakatan akan dikomunikasikan sesuai dengan kebutuhan dari kedua belah pihak untuk membicarakan mengenai kerja sama lebih lanjutnya. Dengan adanya proposal membantu dalam mempermudah informasi untuk disebarkan sehingga detail acara yang akan dilaksanakan mendapatkan hasil yang maksimal dan baik.

GAMBAR 3. 4 Proposal Media Partner

Sumber : Dokumentasi Internal Creative Nest Indonesia, 2020

6. MOU *Media Partner*

Setelah mendapatkan kesepakatan kerja sama yang seperti apa dengan media partner apa yang diberikan dari pihak satu maupun pihak kedua. Kemudian dilanjutkan dengan pembuatan MoU dan penandatanganan dari kedua belah pihak sehingga mempermudah untuk saling mengingatkan satu sama lain untuk ketentuan yang disepakati dan juga untuk promosi yang dijalankan bersama kedua belah pihak.

GAMBAR 3. 5 MoU Media Partner

CREATIVE NEST
INDONESIA

PERJANJIAN KERJASAMA
ANTARA
CREATIVE NEST INDONESIA
DAN
MEDIA PARTNER
DI CREATIVE NEST INDONESIA

No:001/SPK/CNI/WS/08.2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

I Nama : Elrica Sofridia
Jabatan : COO Creative Nest Indonesia
No. KTP : 3172.0614.0283.0005
Alamat : The Avani, Deshna H5/7. BSD, CITY, Tangerang.

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama **CREATIVE NEST INDONESIA** yang selanjutnya akan disebut sebagai **Pihak Pertama.**

II Nama : Richard Cakrawijaya
Instansi : Radio Untar
Jabatan : Member Of Radio Untar's Public Relations
Email : richardcakrawijaya@radiountar.com
Telepon : 0812-9927-0995
Alamat : Kampus II Universitas Tarumanagara Jl. Tanjung Duren Utara No.1 Blok BC Lantai 3 Tanjung Duren Jakarta Barat 11470

Sumber: Dokumentasi Internal Creative Nest Indonesia, 2020

7. Mempelajari *Live Streaming*

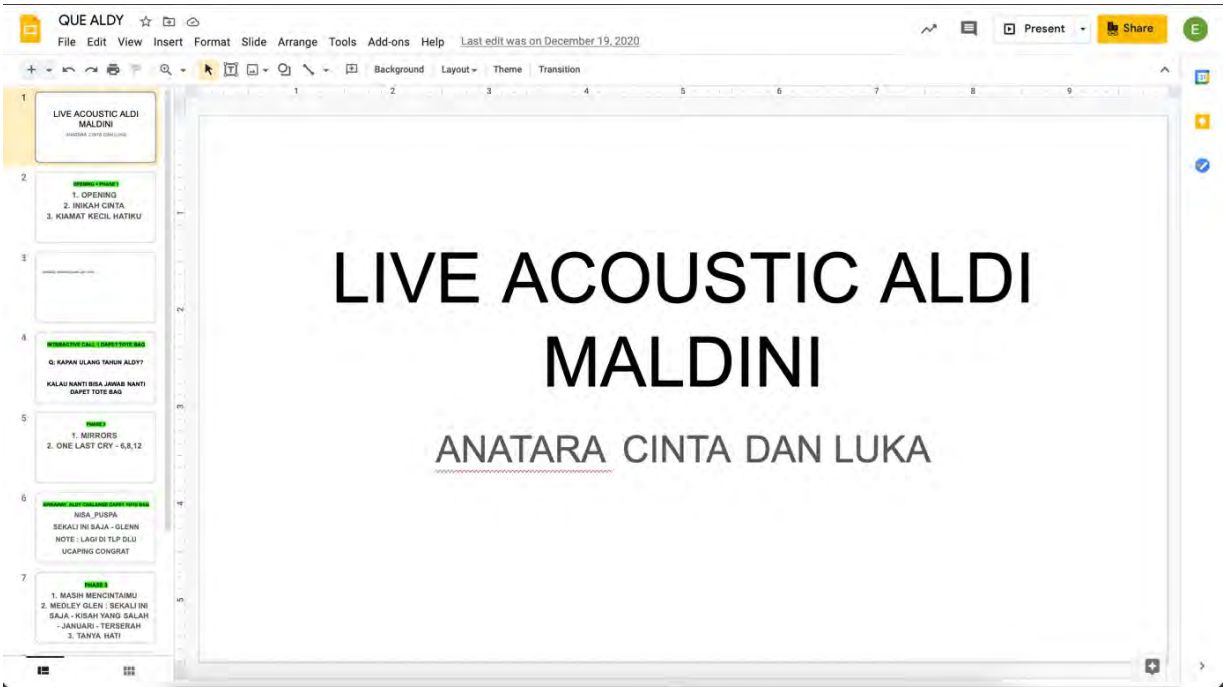
Mempelajari *Live Streaming* merupakan hal yang sulit karena harus menyamakan hasil gambar dengan suara yang akan dihasilkan nantinya dengan *output* yang nantinya dihasilkan. Bagaimana cara memproduksi *live streaming* saat berlangsung maupun alat apa saja yang diperlukan dalam membuat *live streaming* berlangsung. Apakah jaringan internetnya sudah baik dan mampu untuk

memproduksi *live streaming* tersebut. Kami mempelajari *live streaming* ini dengan Majelis Lucu Indonesia. Bagaimana cara memasukan Real Time Messaging Protocol (RTMP) untuk *live streaming*, cara memasukan *bumper* kedalam aplikasi *switcher* dan bagaimana aplikasi tersebut dijalankan hingga hasil yang memuaskan untuk penonton yang menikmati acara yang diselenggarakan.

8. *Live Acoustic* Berlangsung

Selama *live acoustic* berlangsung sesuai dengan konsep yang sudah direncanakan dengan matang dari sebelum-sebelumnya. Ketika melaksanakan *live acoustic* sesuai dengan susunan dari konsep dan juga panduan dari apa yang sudah dipelajari. Pembagian tugas yang sudah diberikan sebelum acara berlangsung mempermudah dalam penyusunan panggung, *check sound* dan pemasangan dari *sound*. Melakukan *briefing* artis sesuai dengan yang sudah dibuat dan juga menjelaskan ketentuan bagaimana untuk mendapatkan *giveaway* hingga *password* acara ketika ada melangsungkan *interactive call* dan membacakan *live chat*. Penonton atau *fans* dari artis tersebut mendapatkan interaksi secara langsung dimanapun berada dan memberikan dukungan dengan teman-teman yang mungkin terpapar COVID-19.

GAMBAR 3. 6 Que Live Acoustic Aldy Maldini

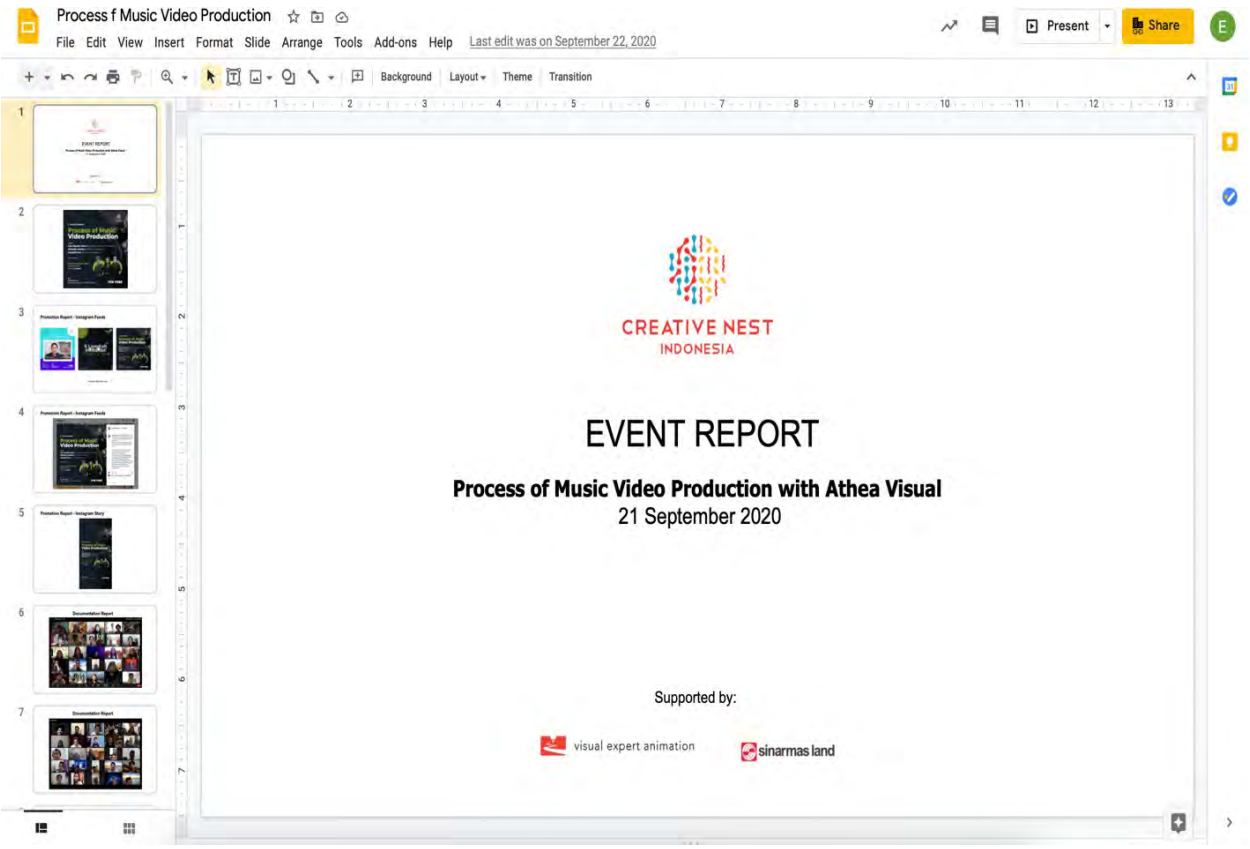


Sumber: Data Olahan Laporan, 2020

9. *Report* Acara

Report acara dibuat setelah melangsungkan *workshop, talkshow* dan *live acoustic*. Hasil yang sudah dilaksanakan nantinya menjadi masukan untuk acara-acara selanjutnya. Isi dari *report* tersebut merupakan promosi yang dilakukan melalui *Instagram* maupun *TikTok*, berapa peserta yang mengikuti, *budgeting* yang dikeluarkan maupun yang didapatkan dan dokumentasi saat kegiatan berlangsung. *Report* juga untuk mempermudah dalam COO kami untuk melihat pekerjaan yang kami lakukan selama kegiatan berlangsung. Kemudian dari *report* tersebut apakah bisa dilanjutkan untuk kegiatan selanjutnya, apakah bisa dijual kembali untuk siaran ulangnya dan apakah bisa untuk menjadi kegiatan yang setiap bulannya dilakukan dengan orang yang mungkin berbeda atau orang yang sama.

GAMBAR 3. 7 Report Online Talks Process of Music Video Production



Sumber : Data Olahan Laporan, 2020

Menurut (Goldbatt, 2002), *event* yang sukses memiliki tahapan penting yang harus digunakan atau merupakan panduan. Panduan ini juga dipakai oleh tim *creative event planner* di Creative Nest Indonesia, dalam merancang setiap *event* yang akan dilaksanakan. Antara lain :

1. *Research*

Pada tahap ini harus bisa menjawab setiap pertanyaan yang hadir dalam benak orang seperti 5W (*what, why, who, when, where, what*) yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan dalam membuat *event* tersebut. Sehingga *event* yang akan diselenggarakan atau dibuat menjadi terarah dan memiliki tujuan harus

mengembangkan SWOT Analisis yang dilakukan, agar *event* yang dirancang dapat berhasil dan juga menguntungkan.

Pada saat melaksanakan kerja magang, tahap riset ini dilakukan sebelum merencanakan sebuah acara atau *workshop*. Teknik riset yang dilakukan cukup sederhana dengan mencari narasumber yang kira-kira bisa melakukan kerja sama dengan Creative Nest Indonesia atau tidak, sehingga riset yang semestinya dilakukan masih belum dijalankan.

2. *Design*

Memikirkan konsep sangat diperlukan sebelum menentukan *event* yang akan direncanakan. Mengetahui kebutuhan dari perusahaan, serta arahan dari pemimpin dan para *stakeholders* juga sangat penting sebelum melakukan *event design*, hal ini sangat berguna untuk semakin mengerucutkan tujuan dari diadakannya suatu *event* tersebut.

Pada proses tahapan ini, proses *design* acara yang dilakukan biasanya dengan melakukan diskusi bersama mengenai tema yang akan diambil, tanggal dan waktu, kemudian juga *design* yang seperti apa dan akan dipromosikan melalui media apa yang hasilnya nanti akan diperiksa kembali oleh COO dan juga direvisi kembali apabila masih terdapat hal-hal yang kurang sesuai atau salah.

3. *Planning*

Pada tahapan ini sangat penting dalam pembuatan suatu *event* untuk menentukan suatu jadwal yang baik, dan penyelenggaraan. *Event* di waktu yang tepat sesuai dengan yang sudah ditentukan. Menentukan *timeline* kegiatan untuk melakukan persiapan suatu *event* agar terselenggara dengan maksimal. Pembagian tugas serta bagian dari setiap divisi juga dilakukan pada tahap ini.

Pada saat kerja magang berlangsung proses penentuan tanggal dan waktu acara dilakukan bersama dengan proses desain acara yang akan diadakan. Karena pada saat proses desain acara sudah ditentukan untuk mengisi acara di bulan yang masih ada slot untuk mengisi acara di bulan yang masih kurang dengan aktivitas di Creative Nest Indonesia.

4. *Coordination*

Setelah melakukan tahapan *planning*, yang berikutnya dilakukan adalah *coordination*. Pada tahap ini, hal yang perlu diperhatikan merupakan komunikasi yang baik sangat perlu dilakukan untuk berlangsungan acara dengan baik dan keputusan-keputusan yang diambil atau digunakan tidak mengecewakan. Pada saat *event* pasti melibatkan banyak individu. Oleh sebab itu sangat diperlukan komunikasi yang baik yang akan menentukan keberhasilan suatu *event*.

Proses koordinasi untuk pembagian pekerjaan selama praktik kerja magang tidak terlalu rumit dikarenakan *staff Creative event planner* yang ada di Creative Nest Indonesia pada selama masa praktik kerja magang ada empat orang, dan skala acara yang pernah diselenggarakan selama masa praktik kerja magang juga tidak terlalu besar. Komunikasi selalu berjalan dengan lancar dan baik, sehingga tidak menimbulkan masalah yang berarti. Komunikasi yang dilakukan secara spontan dan juga lisan antara *staff Creative event planner.*

5. *Evaluation*

Tahapan evaluasi ini merupakan tahapan terakhir yang perlu dilakukan setelah acara itu diselenggarakan. Evaluasi dilakukan untuk melihat kinerja yang sudah dilakukan selama proses berjalannya suatu *event* agar dikemudian hari, acara yang akan diselenggarakan bisa berlangsung dengan lebih maksimal apabila dibandingkan dengan *event* yang sebelumnya.

Tahapan evaluasi ini sendiri sangat jarang sekali dilakukan selama praktik kerja magang di Creative Nest Indonesia. Evaluasi dilakukan apabila sedang melakukan rapat untuk perancangan *event* untuk beberapa bulan ke depan, dan evaluasi yang dilakukan tidak terlalu rinci dan mendalam sesuai per-*event*, tetapi hanya berdasarkan lisan.

3.4 Kendala dan Solusi

3.4.1 Kendala Proses Kerja Magang

1. Kurangnya komunikasi antar divisi sehingga sering kali saling menyalahkan mengenai *deadline* pekerjaan.
2. Ketika memiliki *workshop* atau *talkshow* dengan narasumber yang baik tetapi sering kali tidak ada pesertanya dikarenakan lokasinya

yang masih belum tersedia dan kondisi pandemi sulit untuk mengajak orang lain untuk mengikuti *workshop*.

3. Kurangnya bimbingan dan evaluasi dan perbaikan dalam pelaksanaan *Event Planning*, sehingga beberapa kesalahan sering kali terjadi dan tidak maksimal.

3.4.2 Solusi

Setelah melakukan evaluasi kendala-kendala yang dialami pada saat masa praktik kerja magang, berikut ini solusi yang akan diberikan :

a. Ditambah untuk *meeting* sebanyak satu minggu satu kali secara bersama untuk acara yang mendatang apa saja yang harus dipersiapkan
b. Mencari pengajarnya terlebih dahulu setelah sudah ada pengajarnya bisa memberikan asupan atau materi yang lebih sehingga orang lain tertarik untuk mengikuti *workshop* atau *talkshow* tersebut.
c. Diberikan arahan apa yang menjadi kendala untuk *event* yang sebelumnya sudah dilaksanakan sehingga tidak terjadi kendala yang sudah terjadi untuk di *event* selanjutnya.