

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pelaksanaan praktek kerja magang dilakukan di KapanLagi Youniverse, yaitu perusahaan berita digital yang telah berdiri sejak 28 Februari 2003 dan berlokasi di Jl. RP. Soeroso No. 18, Gondangdia, Jakarta Pusat. Penulis ditempatkan di Departemen *Marketing Communication* yang dikhususkan bertanggung jawab pada sub Departemen *Marketing Communication*, yaitu *Event and Brand Communication*. Selama tiga bulan melaksanakan praktek kerja magang, penulis dibimbing dan diawasi langsung oleh Sari Kusuma Pratiwi selaku *Event and Brand Communication Manager*.

Pada hari pertama penulis melaksanakan praktek kerja magang, penulis dibimbing dan diarahkan oleh *Event and Brand Communication Manager* di KapanLagi Youniverse mengenai tugas dan tanggung jawab yang akan dilakukan selama praktek kerja magang berlangsung. Penulis juga diperkenalkan dan berinteraksi secara langsung dengan lingkungan perusahaan. Selama melaksanakan praktek kerja magang, penulis dibimbing dalam melakukan perencanaan, penyelenggaraan suatu *event* yang dilaksanakan secara *online*, dan penyusunan *report* dari berlangsungnya suatu *event*.

Agar suatu *event* dapat terlaksana dengan baik dan lancar, penulis dan tim *Event and Brand Communication* pun berkoordinasi dengan beberapa divisi lainnya. Penulis berkoordinasi dengan divisi *Talent & Influencers Collaboration* untuk berpartisipasi dalam memberikan usulan *talent* dan *influencer* yang akan hadir dalam *event* dan untuk mendapatkan informasi mengenai *talent & influencer* yang akan bekerjasama dalam acara tersebut, sehingga penulis dapat menyusun *cue card*, *slide* detail acara, dan detail TOR untuk klien. Selain itu, selama *event* sedang berlangsung penulis juga berkoordinasi dengan divisi IT untuk memastikan kelancaran seluruh perangkat yang digunakan untuk *live streaming* dan *Content*

Marketing Multimedia sebagai perantara informasi yang ingin disampaikan dari tim *Marketing Communication* dengan pembawa acara yang berada di studio. Penulis juga melakukan koordinasi dengan divisi *Social Media* melalui pembimbing lapangan magang untuk mendapatkan informasi mengenai *peak viewers* dalam menyusun *report* dari suatu *event*.

Mengingat adanya pandemi di Indonesia dan seluruh dunia dalam proses pemberian tugas dan tanggung jawab dari pembimbing lapangan saat bekerja dari rumah memanfaatkan media sosial, yaitu Whatsapp. Sedangkan, penulis melakukan koordinasi dengan divisi lain saat acara diselenggarakan melalui komunikasi tatap muka secara langsung, *handy talky* (HT), dan melalui Whatsapp.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melaksanakan praktek kerja magang di KapanLagi Youniverse sebagai *Marketing Communication Intern*, penulis diberikan tugas dan tanggung jawab yang berfokus pada implementasi *event management*. Penulis diberikan kepercayaan untuk terlibat pada setiap *event* yang diselenggarakan oleh perusahaan-perusahaan yang bekerjasama dengan KapanLagi Youniverse.

Tugas utama yang dilakukan penulis selama melaksanakan praktek kerja magang, yaitu membuat *wording cue card* untuk diberikan kepada *host*, menyusun kompilasi profil narasumber / pembicara *talkshow* dan *workshop*, membuat *deck detail event*, menyusun *detail TOR* untuk diberikan kepada klien, dan *in-charge* pada setiap *event* diselenggarakan. Selain itu, penulis bertanggung jawab dalam mendata *list* pemenang *quiz*, menyusun *slide* alternatif *host*, mencari alternatif *travel influencers*, dan membantu menemukan kontak narasumber / pembicara acara.

Penulis diberikan kepercayaan untuk terlibat pada beberapa *event* yang diselenggarakan oleh beberapa perusahaan yang bekerjasama dengan KapanLagi Youniverse, diantaranya rangkaian acara Pesta Rakyat Simpedes dari episode 2 hingga 10 dan Simpedes Merajut Sobat Ambyar yang diselenggarakan oleh Bank BRI, acara Dove Super Hair, Super Day Class episode 2 yang bekerjasama dengan Fimela pada 27 September 2020, serta acara *Online Press Conference* Wardah

Beauty Fest 2020 yang diselenggarakan pada 30 September 2020 dan Wardah Beauty Fest 2020 yang diselenggarakan pada 3-4 Oktober 2020. Selain itu, penulis juga terlibat pada acara rangkaian acara Penjurian Kreatif Lokal Award 2020 yang diselenggarakan oleh Adira Finance, acara *Virtual Press Conference* yang diselenggarakan oleh Implora Cosmetics pada 9 Oktober 2020, acara Tuntaskan Pandemi Mulai Dari Tanganmu yang diselenggarakan oleh Fimela dengan Carex pada 15 Oktober 2020, acara Hari Cuci Tangan Sedunia yang diselenggarakan oleh Lifebuoy pada 15 Oktober 2020, acara Fimela Hood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes yang diselenggarakan pada 20 November 2020, acara Hadirkan Keajaiban di Setiap Ruangan yang diselenggarakan oleh Avian Brands pada 24 November 2020, acara Pancarkan Semangat, Sebarkan Ceriamu yang diselenggarakan oleh Imperial Leather yang bekerjasama dengan Fimela pada 27 November 2020, serta acara Fimela Hood From Home X Pepsodent #CeritaSenyumIbu yang diselenggarakan pada 22 Desember 2020. Berikut merupakan tabel penguraian pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis selama melakukan praktik magang di KapanLagi Youniverse:

Tabel 3.1 Tabel Mingguan Kerja Magang

Minggu ke-	Uraian Kerja Magang
Minggu ke-1 (15 September 2020 - 19 September 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kompilasi profil narasumber dan pertanyaan narasumber untuk <i>talkshow & workshop</i> BRI Pesta Rakyat Simpedes 2 : Nur Agis dan Bayu Widhi. 2. Membuat <i>cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 2. 3. <i>Update cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 2. 4. Revisi <i>cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 2. 5. Mengikuti dan membantu dalam rangkaian acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 2.

<p>Minggu ke-2</p> <p>(21 September 2020 – 25 September 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>list</i> pemenang <i>quiz</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 2. 2. Membuat kompilasi profil narasumber untuk <i>workshop</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 3 : Leka Putra. 3. Membuat <i>deck detail event</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 3. 4. Membuat <i>cue card</i> untuk acara Dove Super Hair, Super Day Class x Fimela. 5. Membantu mencari kontak penari tradisional untuk menjadi pembicara <i>talkshow</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 3.
<p>Minggu ke-3</p> <p>(30 September 2020 – 4 Oktober 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti dan membantu rangkaian acara <i>Online Press Conference</i> Wardah Beauty Fest 2020. 2. Membuat <i>deck detail event</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 4. 3. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Wardah Beauty Fest 2020 – Day 1. 4. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Wardah Beauty Fest 2020 – Day 2.
<p>Minggu ke-4</p> <p>(5 Oktober 2020 – 10 Oktober 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>list</i> pemenang <i>quiz</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 3. 2. Membuat kompilasi profil narasumber <i>workshop</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 4 : Barry Ritonga. 3. <i>Update deck detail event</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 4. 4. Membuat <i>cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 4. 5. Mengikuti dan membantu rangkaian acara <i>Virtual Press Conference</i> Implora Cosmetics.

	<ol style="list-style-type: none"> 6. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 4.
<p>Minggu ke-5 (14 Oktober 2020 – 18 Oktober 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Adira Finance – Penjurian Kreatif Lokal Award 2020. 2. Membuat <i>deck detail event</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 5. 3. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Lifebouy Hari Cuci Tangan Sedunia. 4. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Tuntaskan Pandemi Mulai Dari Tanganmu by Carex X Fimela. 5. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Adira Finance – Penjurian Kreatif Lokal Award 2020. 6. Membuat <i>cue card</i> untuk <i>host</i> di Zoom ruang tunggu peserta acara Adira Finance – Penjurian Kreatif Lokal Award 2020.
<p>Minggu ke-6 (20 Oktober 2020 – 24 Oktober 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>cue card</i> untuk acara Adira Finance – Penjurian Kreatif Lokal Award 2020. 2. Membuat <i>cue card</i> untuk <i>host</i> di Zoom ruang tunggu peserta acara Adira Finance – Penjurian Kreatif Lokal Award 2020. 3. <i>Update cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 5. 4. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 5.
<p>Minggu ke-7 (28 Oktober 2020 – 31 Oktober 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>cue card</i> untuk acara Bank BRI Simpedes Merajut Sobat Ambyar. 2. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Bank BRI Simpedes Merajut Sobat Ambyar. 3. Mengikuti dan membantu rangkaian acara <i>Virtual FIMELAFEST</i> 2020.

<p>Minggu ke-8 (2 November 2020 – 7 November 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat profil narasumber & <i>list</i> pertanyaan <i>talkshow</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 6 : Yukka Harlanda. 2. Membuat <i>list</i> pemenang <i>quiz</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 5. 3. Membuat detail TOR acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 6. 4. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 6. 5. Membuat <i>list</i> pemenang <i>quiz</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 6.
<p>Minggu ke-9 (9 November 2020 – 12 November 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>list</i> pemenang <i>quiz</i> acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 6. 2. Membuat <i>deck detail event</i> Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 7. 3. Membantu membuat <i>cue card</i> untuk acara Fimelahood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes.
<p>Minggu ke-10 (17 November 2020 – 21 November 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 7. 2. <i>Update cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 7. 3. <i>Update cue card</i> acara Fimelahood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes. 4. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Fimelahood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes. 5. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 7.
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>list</i> pemenang <i>quiz</i> acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 7.

<p>Minggu ke-11</p> <p>(23 November 2020 – 27 November 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Mengikuti dan membantu rangkaian <i>tapping</i> acara Hadirkan Keajaiban di Setiap Ruangan by Avian Brands. 3. Membantu mencari alternatif <i>travel influencers</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 8. 4. Membantu merapikan <i>slide</i> Mekanisme <i>Pre-recorded</i> dan <i>Live Streaming</i>. 5. Mengikuti dan membantu rangkaian acara “Pancarkan Semangat, Sebarkan Ceriamu” by Imperial Leather X Fimela.
<p>Minggu ke-12</p> <p>(30 November 2020 – 5 Desember 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 8. 2. <i>Update cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 8. 3. Melakukan penarikan data <i>report webinar</i> acara Dove Super Hair, Super Class 1-5 dan Tresemme X Fimelahood dari Zoom. 4. Membuat <i>slide</i> presentasi <i>report</i> acara Dove Super Hair, Super Class 1-5 dan Tresemme X Fimelahood. 5. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 8.
<p>Minggu ke-13</p> <p>(7 Desember 2020 – 12 Desember 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisi <i>slide</i> presentasi <i>report</i> acara Dove Super Hair, Super Class 1-5. 2. Revisi <i>slide</i> presentasi <i>report</i> acara Tresemme X Fimelahood. 3. Membuat <i>cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 9. 4. Membuat <i>cue card</i> untuk acara <i>launching & press conference</i> KPR Bank BRI Virtual Expo 2020.

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 9. 6. Membuat <i>list</i> pemenang <i>quiz</i> acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 9.
<p>Minggu ke-14 (15 Desember 2020 – 19 Desember 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 10. 2. Revisi <i>cue card</i> untuk acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 10 3. Bekerja sebagai <i>Liaison Officer</i> (LO), menghubungi manajer dari Caesar Gunawan, Ayu Dewi, Arto Biantoro, dan Yoris Sebastian untuk mengirimkan <i>rundown</i> dan konten promo Instagram. 4. Mengikuti dan membantu rangkaian acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 10.
<p>Minggu ke-15 (21-22 Desember 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>list</i> pemenang <i>quiz</i> acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 10. 2. Membuat rekap <i>list</i> pemenang <i>quiz</i> acara Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes 1-10. 3. Mengikuti dan membantu dalam acara Fimelhood From Home X Pepsodent #CeritaSenyumIbu.

3.3 Pembahasan

Selama melaksanakan praktek kerja magang di KapanLagi Youniverse, penulis ikut serta dalam menangani proses produksi sebuah *event* dari perusahaan yang telah bekerjasama dengan KapanLagi Youniverse. Melalui proses produksi *event* ini, penulis dapat mengaplikasikan *event management* untuk membantu menyampaikan informasi dan edukasi tentang produk dari perusahaan yang bekerjasama dengan KapanLagi Youniverse kepada audiens dengan tepat. Namun, penulis akan menjelaskan terlebih dahulu mengenai konsep-konsep terkait dari pelaksanaan praktek kerja magang, sebelum

membahas uraian tugas yang dilakukan selama melaksanakan praktek kerja magang.

Marketing communication merupakan sebuah media perusahaan untuk memberi tahu informasi, menarik perhatian, dan mengingatkan *customer* baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan (Firmansyah, 2020, p.2). Melalui *marketing communication*, perusahaan bisa mendapatkan “*contact points*” dengan potensial *customer* dan *customer* lama dari perusahaan (Rossiter, et al., 2018). Namun, dalam upaya mencapai tujuan perusahaan, yaitu menginformasikan, menarik perhatian, dan menjalin hubungan dengan *customer* agar dapat meningkatkan keuntungan. Sebuah perusahaan harus dapat menerapkan *Intergrated Marketing Communication* (IMC) yang tepat sesuai dengan sasaran.

Belch dan Belch (dalam Widyastuti, 2017, p. 7) mendefinisikan *Intergrated Marketing Communication* (IMC) sebagai sebuah konsep dengan tujuan memberikan nilai tambah pada sebuah perencanaan komperhensif sehingga mampu mengevaluasi peran strategis dari berbagai alat komunikasi. Salah satu *Intergrated Marketing Communication* (IMC) sebagai alat promosi yang diaplikasikan selama 60 hari pelaksanaan praktek kerja magang di KapanLagi Youniverse adalah *event and experiences*. Kotler dan Keller (dalam Widyastuti, 2017, p. 23) mengatakan *event and experiences* merupakan perancangan sebuah kegiatan dan program untuk menciptakan komunikasi perusahaan yang disponsori atau khusus terkait interaksi merek dengan *customer*.

Firmansyah (2020, p. 40) mendefinisikan *event and experiences* sebagai peristiwa promosional dengan fokus utama untuk mendapatkan perhatian dan melibatkan para *customer* dalam *event* tersebut. Sedangkan, Fenich (2015, p. 21) menyatakan *event* merupakan acara terorganisir seperti, pertemuan, konvensi, pameran, acara khusus, *gala dinner*, dan lain-lainnya yang diciptakan dengan fungsi berbeda namun terkait. Melalui beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan *event* merupakan perancangan sebuah

kegiatan dan program terorganisir sebagai peristiwa promosional yang diciptakan dengan fungsi atau tujuan yang berbeda-beda.

Berbagai *event* yang dikelola oleh KapanLagi Youniverse diselenggarakan *virtual (virtual event)* untuk mematuhi protokol yang telah ditetapkan oleh pemerintah, mengingat adanya pandemi di Indonesia dan seluruh dunia. *Virtual event* merupakan acara yang tidak diselenggarakan secara langsung di dunia fisik atau nyata, tetapi dimodelkan, atau disimulasikan (Luckham, 2011, p. 244).

Penyelenggaraan suatu acara dengan *virtual event* memiliki keuntungan fleksibilitas dalam menentukan lokasi *event* tersebut akan diselenggarakan dan dapat diakses oleh siapa pun, dimana pun, dan kapan pun (Jackson, 2013, p. 84). *Virtual event* juga dinilai lebih atraktif untuk audiens bisnis, dikarenakan audiens dapat mengakses informasi yang disampaikan perusahaan pada acara tersebut tanpa harus mengeluarkan sejumlah uang untuk biaya perjalanan, akomodasi maupun biaya lainnya (Jackson, 2013, p. 84). Potensi keuntungan lain yang dapat diperoleh perusahaan dengan menyelenggarakan *virtual event* adalah perusahaan dapat memperkaya pengaplikasian *marketing tools* dan memperoleh *feedback* dari peserta acara untuk mengukur efektivitas *event marketing* yang diselenggarakan (Ferdinand dan Kitchin, 2016, p. 160).

Berbagai *event* yang dikelola oleh KapanLagi Youniverse menggunakan aplikasi Zoom sebagai media komunikasi antara pembawa acara dengan narasumber dan peserta pada sesi *talkshow* dan *workshop* acara yang berada di rumah atau lokasi berbeda. Sedangkan, biasanya pada penyelenggaraan acara, pembawa acara (*host*) dan penampilan bintang tamu (*performance*) akan datang secara langsung di KapanLagi Youniverse. Acara akan ditayangkan secara *live streaming* ataupun *delay streaming (tapping)* pada aplikasi Vidio.com, Youtube, dan Instagram *Live* sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari perusahaan klien. Chodor (2020, p. 54) menyatakan terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan oleh *event organizer* dalam merencanakan *virtual event*, diantaranya:

1. Mengidentifikasi persona target audiens acara dan *think bigger, think global*.
2. Berpikir di luar dari *live stream* dan lebih memanfaatkan *engagement tools*, seperti Q&A secara langsung, *polling*, dan obrolan langsung.
3. Ciptakan pengalaman *virtual* yang unik dan menarik.
4. Menggunakan *engagement features* dengan *user generated content*, seperti menggunakan *moderated chat* dan *networking lounge*.

Pada penyelenggaraan acara kemampuan dalam *event management* sangat diperlukan untuk menyusun persiapan dan perencanaan yang matang dari sebuah *event*. Hal tersebut dikarenakan dalam merencanakan dan mempersiapkan sebuah *event*, memiliki kompleksitas yang berbeda-beda dan perubahan pada industri *event* terus bergerak cepat, sehingga seorang *marketing communication* harus memiliki kreativitas yang tinggi dan mudah beradaptasi pada setiap situasi yang terjadi. *Event management* merupakan organisasi dan koordinator dari aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan acara (Bladen, et al., 2012, p. 30). Dowson dan Bassett (2018, p. 24) mengatakan dalam menyelenggarakan sebuah *event* terdapat empat tahapan proses dalam *event management*, yaitu:

1. *Preparation* (persiapan)

Tahap *preparation* (persiapan) merupakan tahap perusahaan menentukan konsep acara yang akan diselenggarakan dan menetapkan *objectives* / tujuan dari acara tersebut.

2. *Detailed planning* (perencanaan rincian acara)

Tahap *detailed planning* (perencanaan rincian acara) merupakan tahap perusahaan menjabarkan rincian acara secara detail, seperti menentukan lokasi acara akan diselenggarakan, menjelaskan rancangan program acara mulai dari *rundown*, bintang tamu, pembawa acara, hingga sumber daya yang akan berpartisipasi dalam acara tersebut. Selain itu, pada tahap ini perusahaan menentukan perencanaan promosional, seperti

penempatan barang atau jasa yang ingin ditekankan kepada audiens pada acara tersebut.

3. *Event*

Tahap *event* merupakan sebuah acara yang sudah direncanakan dan dipersiapkan pada tahap *preparation* dan *detailed planning* diselenggarakan.

4. *Post-event*

Tahap *post-event* merupakan tahap perusahaan melakukan evaluasi terhadap acara yang telah diselenggarakan dan menyusun laporan hasil dari berjalannya acara tersebut.

Namun, pada beberapa *event* penulis menghilangkan bagian tahap *post-event*. Hal tersebut dikarenakan penulis tidak terlibat secara langsung pada tahap *post-event* dari acara tersebut. Selain itu, Shone dan Parry (2010, p. 15) menjelaskan terdapat beberapa karakteristik yang harus diperhatikan dalam mempersiapkan dan merencanakan sebuah *event* agar memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan yang lainnya, antara lain *uniqueness, perishability, intangibility, ritual and ceremony, ambience and service, personal contact and interaction, labour-intensiveness*, dan *fixed timescale*.

3.3.1 Uraian Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

3.3.1.1 Bank BRI Pesta Rakyat Simpedes

a. *Preparation* (persiapan)

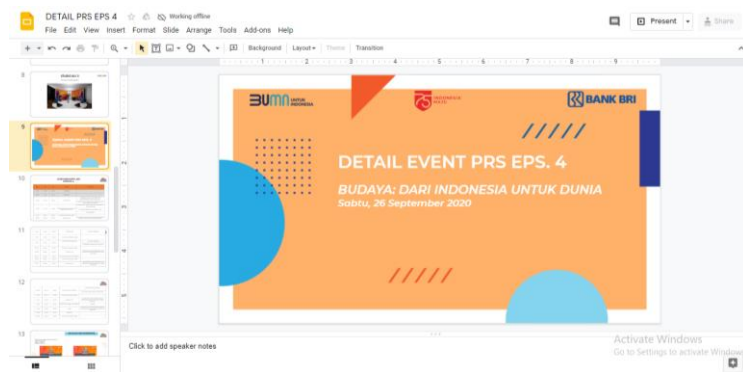
Pada tahap ini perusahaan Bank BRI dan KapanLagi Youniverse bekerjasama untuk menyelenggarakan rangkaian acara Pesta Rakyat Simpedes yang terdiri dari 10 episode dari September hingga Desember 2020. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan (*objectives*) untuk menyambut HUT Bank BRI yang ke-125 tahun. Konsep acara Pesta Rakyat Simpedes dilakukan dengan meneruskan konsep dari tahun-tahun sebelumnya, yaitu 6P yang merupakan panggung, pasar, pawai, pojok xsis, peduli, dan panen. Namun, pada tahun ini acara Pesta

Rakyat Simpedes dilakukan secara *virtual* mengingat sedang adanya pandemi.

b. *Detailed Planning* (perencanaan rincian acara)

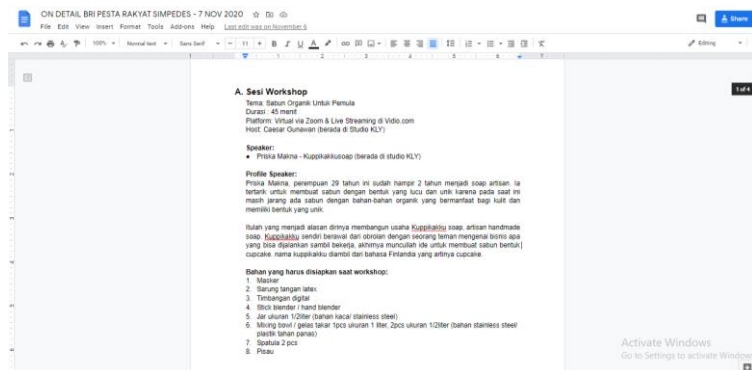
Pada tahap ini penulis membuat *deck detail event* Pesta Rakyat Simpedes, *detail TOR* yang akan diberikan kepada klien, dan *cue card* pembawa acara berdasarkan *rundown* yang telah dibuat oleh anggota tim *marketing communication* lainnya. Informasi mengenai pembawa acara, *performer*, narasumber untuk acara *talkshow* dan *workshop* yang ada pada sesi pojok xsis didapatkan melalui pembimbing lapangan magang dari divisi *talent & influencers collaboration*.

Gambar 3.1 Contoh *Deck Detail Event* Pesta Rakyat Simpedes



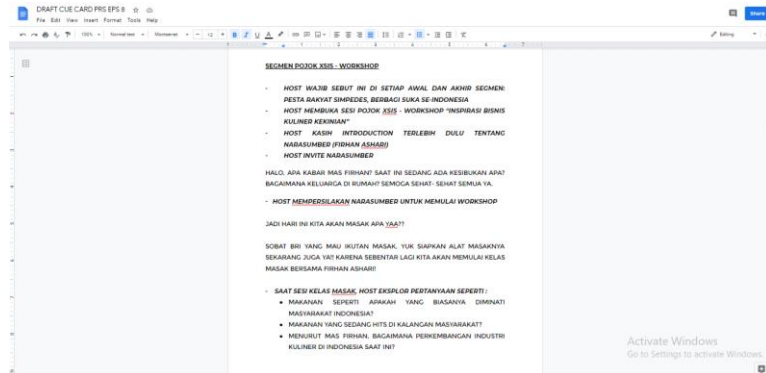
Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.2 Contoh *Detail TOR* Pesta Rakyat Simpedes



Sumber: Data Penulis (2020)

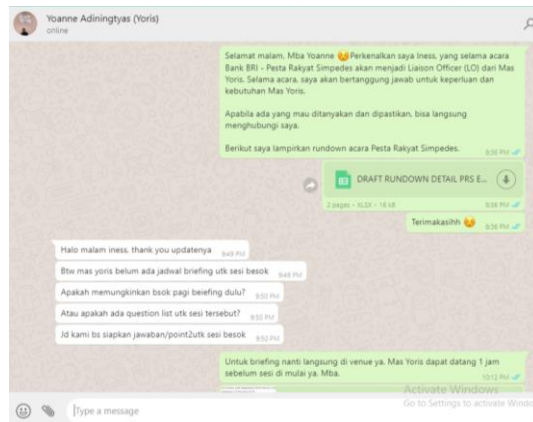
Gambar 3.3 Contoh *Cue Card* Pesta Rakyat Simpedes



Sumber: Data Penulis (2020)

Selain itu, penulis mencari tahu informasi mengenai narasumber *talkshow* dan *workshop* untuk membuat kompilasi profil narasumber dan merancang *list* pertanyaan yang dapat diberikan kepada narasumber saat acara berlangsung. Penulis juga berpartisipasi dalam mencari alternatif *travel influencers* sebagai narasumber *talkshow* pada acara Pesta Rakyat Simpedes episode 8. Tak hanya itu, penulis diberikan kepercayaan sebagai *Liaison Officer* (LO) di acara Pesta Rakyat Simpedes episode 10. Penulis menghubungi manajer dari Caesar Gunawan, Ayu Dewi, Aris Biantoro, dan Yoris Sebastian untuk memperkenalkan diri dan memberikan *rundown* acara. Penulis juga memberikan konten promosi untuk di *upload* para narasumber di Instagram pribadinya. Acara diselenggarakan secara virtual dari Studio 1 PRS yang berlokasi di KapanLagi Youniverse dan Studio 2 Bank BRI pada cabang-cabang tertentu. Acara ini ditayangkan melalui *live streaming* pada aplikasi Vidio.com.

Gambar 3.4 Contoh Chat Perkenalan Diri dengan Manajer Yoris Sebastian



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.5 Studio 1 PRS – KapanLagi Youniverse



Sumber: KapanLagi Youniverse

Gambar 3.6 Studio 1 PRS – KapanLagi Youniverse



Sumber: KapanLagi Youniverse

c. *Event*

Pada tahap ini penulis berdampingan dengan tim *creative* untuk memantau kesesuaian urutan *cue card* dengan *rundown* yang dibacakan oleh pembawa acara (*host*) dan menjembatani informasi pemenang *quiz* yang dipilih oleh tim *marketing communication*. Kemudian, penulis memandu pembawa acara menuju studio yang menjadi lokasi *shooting live streaming* acara ini.

Selain itu, penulis juga mengikuti sesi *briefing* dan *runthrough* sebelum acara Pesta Rakyat Simpedes dimulai. Saat acara berlangsung penulis melakukan *monitoring viewers* acara Pesta Rakyat Simpedes di Vidio.com dengan *me-screenshot viewers* pada setiap sesi acara dan penulis juga memilih pemenang *quiz* untuk acara Pesta Rakyat Simpedes.

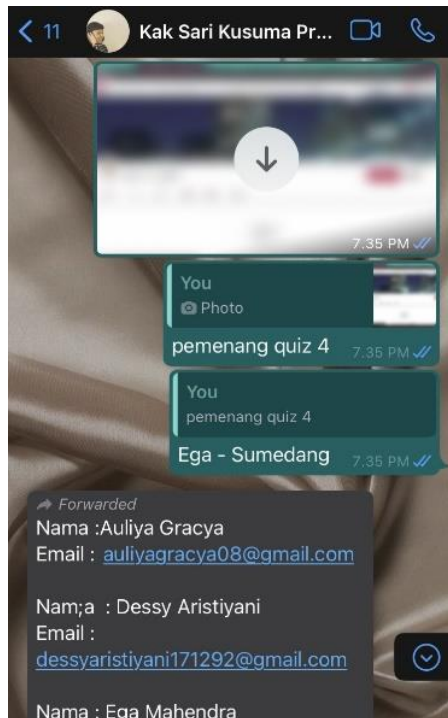
Pada acara Pesta Rakyat Simpedes episode 10 yang merupakan puncak acara dari rangkaian acara Pesta Rakyat Simpedes, penulis bertanggung jawab sebagai *Liaison Officer* (LO). Penulis melakukan *briefing* dan memandu pembawa acara, yaitu Caesar Gunawan dan Ayu Dewi. Selain itu, penulis juga memastikan para narasumber *talkshow*, yaitu Arto Biantoro dan Yoris Sebastian dapat datang tepat waktu sesuai jadwal yang terdapat di *rundown* acara. Serta memastikan kebutuhan *hospitality* pembawa acara dan narasumber dapat terpenuhi dengan baik.

Gambar 3.7 Contoh *Monitoring Viewers* Pesta Rakyat Simpedes



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.8 Contoh Percapakan dengan Pembimbing Lapangan Magang saat Pemilihan Pemenang *Quiz* Pesta Rakyat Simpedes



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.9 Contoh Percakapan dengan Manajer Ayu Dewi Untuk Memastikan *Host* Sampai Sesuai Jadwal di *Rundown*



Sumber: Data Penulis (2020)

d. *Post-event*

Pada tahap ini penulis melakukan pendataan *list* pemenang *quiz* dari acara Pesta Rakyat Simpedes. Data pribadi mengenai pemenang yang terpilih didapatkan melalui tim Vidio.com. Setelah *list* pemenang *quiz* telah direkap oleh penulis, data tersebut diberikan kepada pihak Bank BRI melalui pembimbing lapangan magang. Hal tersebut dilakukan agar pihak Bank BRI dapat menghubungi dan memberikan hadiah yang dijanjikan pada acara Pesta Rakyat Simpedes kepada para pemenang.

Gambar 3.10 Contoh Pendataan *List Pemenang Quiz*

LIST PEMENANG QUIZ PRS EPS.6		
NAME	EMAIL	PHONE
Aris Cogas	ariscogas86@gmail.com	085267312414
Debby Deborah Hadi	debbydeborah701@gmail.com	081295100099
Melissa Permata Sari	user_3885_282a6e_b77e-phone@fake-vidio.com	085838850216
Deva Bhaskara	bhaz_007@yahoo.co.id	081238859328

Sumber: Data Penulis (2020)

3.3.1.2 Simpedes Merajut Sobat Ambyar

a. *Preparation* (persiapan)

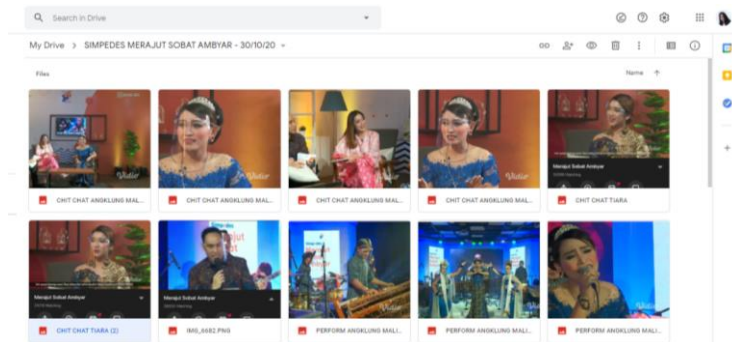
Pada tahap ini perusahaan Bank BRI dan KapanLagi Youniverse bekerjasama untuk menyelenggarakan acara Simpedes Merajut Sobat Ambyar yang diselenggarakan pada 30 Oktober 2020. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan (*objectives*) untuk mengenang kembali inspirasi dari perjuangan seorang maestro campursari, yaitu Didi Kempot. Tak hanya mengenang sosok Didi Kempot, acara ini juga diselenggarakan untuk memecahkan rekor muri nyanyi bareng dengan lagu Didi Kempot secara online bersama Tiara Andini. Acara Simpedes Merajut Sobat Ambyar dilakukan secara *virtual* mengingat adanya pandemi dengan menerapkan protokol yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

b. *Detailed Planning* (perencanaan rincian acara)

Pada tahap ini penulis membuat *cue card* pembawa acara berdasarkan *rundown* yang telah dibuat oleh anggota *tim marketing communication* lainnya. Informasi mengenai pembawa acara, narasumber, dan *performer* didapatkan melalui pembimbing lapangan magang dari divisi *talent & influencers collaboration*. Acara ini diselenggarakan secara *virtual* dari studio yang berlokasi di KapanLagi Youniverse dan ditayangkan melalui *live streaming* pada aplikasi Vidio.com.

Sobat Ambyar menjadi satu *folder* untuk diberikan kepada pembimbing lapangan magang.

Gambar 3.13 Folder Hasil *Monitoring Views* Vidio.com
Simpedes Merajut Sobat Ambyar



Sumber: Data Penulis (2020)

3.3.1.3 Dove Super Hair, Super Day Class episode 2 X Fimela

a. *Preparation* (persiapan)

Pada tahap ini perusahaan Dove berkolaborasi dengan Fimela dan KapanLagi Youniverse untuk menyelenggarakan rangkaian acara Dove Super Hair, Super Day Class yang terdiri dari 5 episode dari September hingga November 2020. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan (*objectives*) untuk meningkatkan *awareness* masyarakat akan produk Dove Super Shampoo 3 in 1 dan menginspirasi wanita di Indonesia dengan adanya *online class* yang memiliki topik-topik menarik untuk diikuti pada setiap episode Dove Super Hair, Super Day Class. Acara ini dilakukan secara virtual mengingat adanya pandemi.

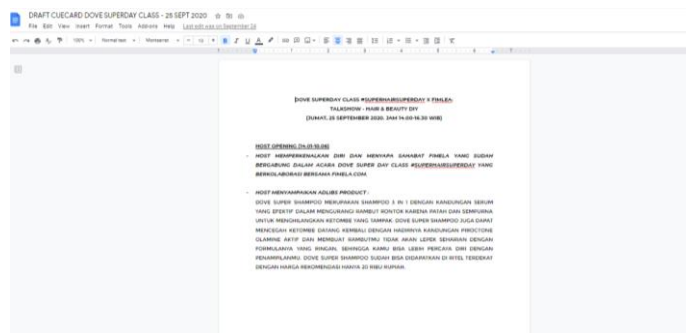
b. *Detailed Planning* (perencanaan rincian acara)

Pada tahap ini penulis hanya terlibat dalam pembuatan *cue card* acara Dove Super Hair, Super Day Class Episode 2. Pembuatan *cue card* pembawa acara berdasarkan *rundown* yang telah dibuat oleh anggota tim marketing communication lainnya. Informasi mengenai pembawa acara dan narasumber

didapatkan melalui pembimbing lapangan magang dari divisi *talent & influencers collaboration*.

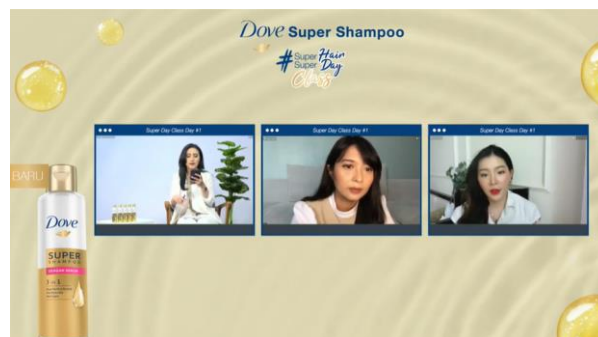
Acara ini diselenggarakan secara virtual dari studio yang berlokasi di KapanLagi Youniverse dan ditayangkan melalui *live streaming* pada aplikasi Vidio.com dan Instagram *Live Fimela*. Perencanaan promosional *brand Dove* pada acara Dove Super Hair, Super Day Class Episode 2 menggunakan *super impose (pack shot on frame)*, *product display on set*, *TVC* pada pembukaan acara dan penutupan acara, serta melalui *adlibs* yang akan diucapkan oleh pembawa acara (*host*).

Gambar 3.14 *Cue Card Dove Super Hair, Super Day Class Episode 2*



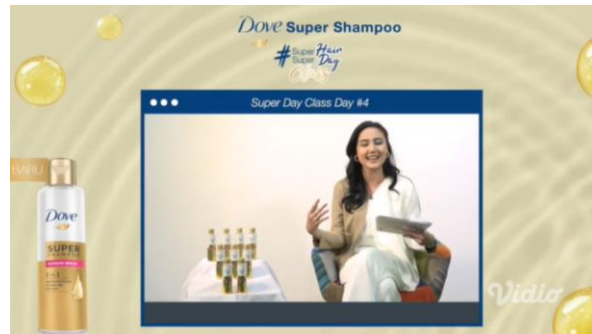
Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.15 *Brand Placement – Super Impose (Pack Shot on Frame)*



Sumber: Vidio.com (2020)

Gambar 3.16 *Brand Placement – Product Display on Set*



Sumber: Vidio.com (2020)

Gambar 3.17 *Brand Placement – TVC on Opening Segment*



Sumber: Vidio.com (2020)

Gambar 3.18 *Brand Placement – TVC on Closing Segment*



Sumber: Vidio.com (2020)

c. *Event*

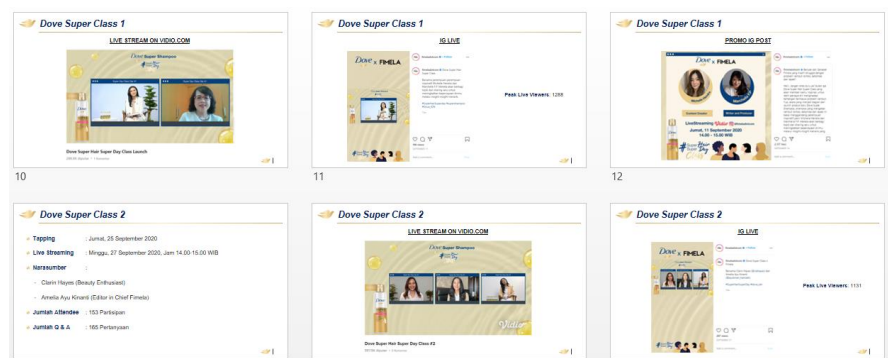
Pada tahap ini rangkaian acara dilaksanakan sesuai dengan *rundown* dan *cue card* yang sudah ada. Namun, sebelum acara di mulai dilakukan *briefing* terhadap semua tim yang

terlibat dalam produksi acara ini dan melakukan *briefing* kepada pembawa acara.

d. *Post-event*

Pada tahap ini penulis menyusun *slide* laporan keseluruhan rangkaian acara Dove Super Hair, Super Day Class. Laporan tersebut terdiri dari *highlight & objectives, brand placement, chat interaction on zoom*. Pada *slide* laporan *chat interaction on zoom*, penulis membahas mengenai tanggal *tapping* dan *live streaming* acara Dove Super Hair, Super Day Class diselenggarakan. Lalu, juga memuat informasi mengenai nama narasumber pada setiap episode, serta jumlah partisipan dan pertanyaan yang ada pada aplikasi Zoom. Selain itu, penulis menambahkan informasi mengenai *peak live viewers* acara ini pada Instagram Live Fimela. Informasi tersebut didapatkan melalui koordinasi dengan divisi *social media*.

Gambar 3.19 Laporan Keseluruhan Acara Dove Super Hair, Super Day Class



Sumber: Data Penulis (2020)

3.3.1.4 *Online Press Conference* Wardah Beauty Fest 2020 dan Wardah Beauty Fest 2020

a. *Preparation* (persiapan)

Pada tahap ini perusahaan Wardah dan KapanLagi Youniverse bekerjasama untuk menyelenggarakan rangkaian acara *Online Press Conference* Wardah Beauty Fest 2020 yang diselenggarakan pada 30 September 2020 dan Wardah Beauty Fest 2020 yang diselenggarakan selama dua hari dari 3-4 Oktober 2020. Acara *Online Press Conference* Wardah Beauty Fest 2020 diselenggarakan dengan tujuan (*objectives*) untuk menyambut HUT Wardah yang ke-25 tahun dan menginformasikan bahwa akan ada rangkaian acara lain yang menarik pada pelaksanaan Wardah Beauty Fest 2020. Sedangkan, Wardah Beauty Fest 2020 diselenggarakan dengan tujuan untuk memeriahkan HUT Wardah yang ke-25 tahun.

Konsep acara Wardah Beauty Fest 2020 menghadirkan *product launch*, yaitu Wardah Hydra Rose dan Wardah Exclusive Matte Lipcream yang berkolaborasi dengan Ayang Cempaka, *talkshow* menarik bersama perempuan inspiratif di Indonesia, *music performance*, *CSR movement* melalui *launching* Wardah *scholarship program*, hingga *virtual bazaar* dengan diskon menarik yang ada di *e-commerce*. Acara Wardah Beauty Fest 2020 dilakukan secara virtual mengingat adanya pandemi.

b. *Detailed Planning* (perencanaan rincian acara)

Pada tahap ini pembuatan *cue card* pembawa acara diserahkan pada tim agensi yang diberikan kepercayaan dari Wardah. Acara ini diselenggarakan secara virtual dari studio yang berlokasi di KapanLagi Youniverse dan ditayangkan melalui *live streaming* pada aplikasi Vidio.com.

c. *Event*

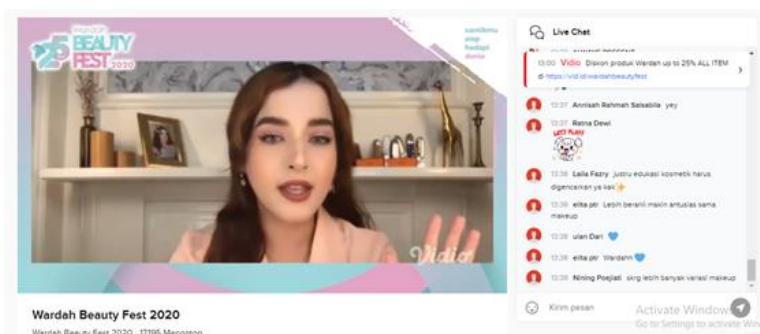
Pada tahap ini penulis memantau kesesuaian urutan *cue card* dengan *rundown* yang dibacakan oleh pembawa acara (*host*) dan mengarahkan *host* selama acara *Online Press Conference* Wardah Beauty Fest 2020 berlangsung. Pada acara Wardah Beauty Fest 2020 yang diselenggarakan pada tanggal 3 Oktober 2020, penulis melaksanakan *monitoring viewers* aplikasi Vidio.com dan Youtube.

Gambar 3.20 Penulis Memantau Kesesuaian Urutan *Cue Card* dengan *Rundown* yang Dibacakan oleh Pembawa Acara



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.21 Contoh *Monitoring Viewers* Vidio.com Acara Wardah Beauty Fest 2020



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.22 Contoh *monitoring viewers* Youtube Acara Wardah Beauty Fest 2020



Sumber: Data Penulis (2020)

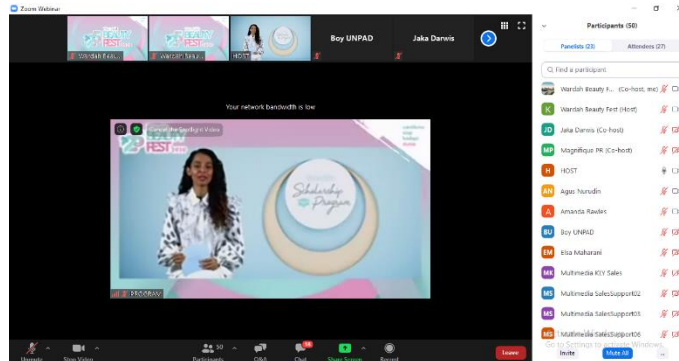
Penulis juga me-*screenshot* segmen *product launch* Wardah Hydra Rose dan *talkshow* sebagai dokumentasi yang akan diberikan pada pihak media. Lalu, pada acara Wardah Beauty Fest 2020 yang diselenggarakan pada tanggal 4 Oktober 2020, penulis juga melakukan kegiatan yang sama dengan Wardah Beauty Fest 2020 di hari pertama. Hal yang membedakan hanya saja pada Wardah Beauty Fest 2020 di hari kedua, penulis juga menjadi *co-host* di aplikasi Zoom untuk *monitoring panelist dan attendees*.

Gambar 3.23 Segmen *Product Launch* Wardah Hydra Rose



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.24 Penulis menjadi *Co-Host* di Aplikasi Zoom
Wardah Beauty Fest 2020 – Day 2

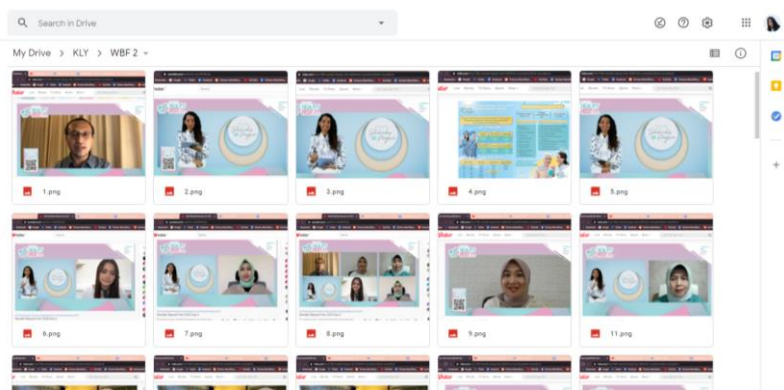


Sumber: Data Penulis (2020)

d. *Post-event*

Pada tahap ini penulis menghimpun hasil *screenshot monitoring viewers* Vidio.com dan Youtube pada acara Wardah Beauty Fest 2020 serta dokumentasi lainnya menjadi satu *folder* untuk diberikan kepada pembimbing lapangan magang.

Gambar 3.25 Folder Hasil *Monitoring Views* Vidio.com dan Youtube Wardah Beauty Fest 2020



Sumber: Data Penulis (2020)

3.3.1.5 Penjurian Kreatif Lokal Award 2020

a. *Preparation* (persiapan)

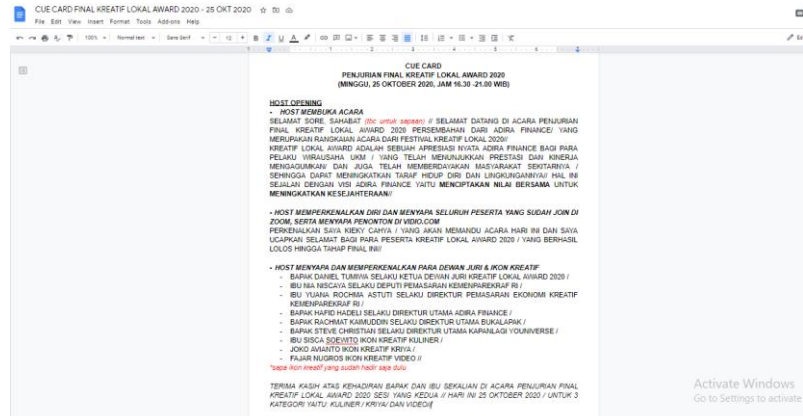
Pada tahap ini perusahaan Adira Finance dan KapanLagi Youniverse bekerjasama untuk menyelenggarakan rangkaian acara Festival Kreatif Lokal Award 2020 yang terdiri dari Penjurian Kreatif Lokal Award 1, Penjurian Kreatif Lokal Award 2, dan Malam Anugerah Kreatif Lokal Award 2020. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan (*objectives*) untuk memberikan apresiasi nyata bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah berhasil memberdayakan dan membantu masyarakat, sehingga bisa meningkatkan kualitas hidupnya sendiri dan lingkungannya.

Acara Penjurian Kreatif Lokal Award 1 dan Penjurian Kreatif Lokal Award 2 dilakukan secara virtual mengingat adanya pandemi. Sedangkan, Malam Anugerah Kreatif Lokal Award 2020 diselenggarakan secara langsung dengan memperhatikan protokol kesehatan dan batas maksimum tamu undangan yang akan hadir.

b. *Detailed Planning* (perencanaan rincian acara)

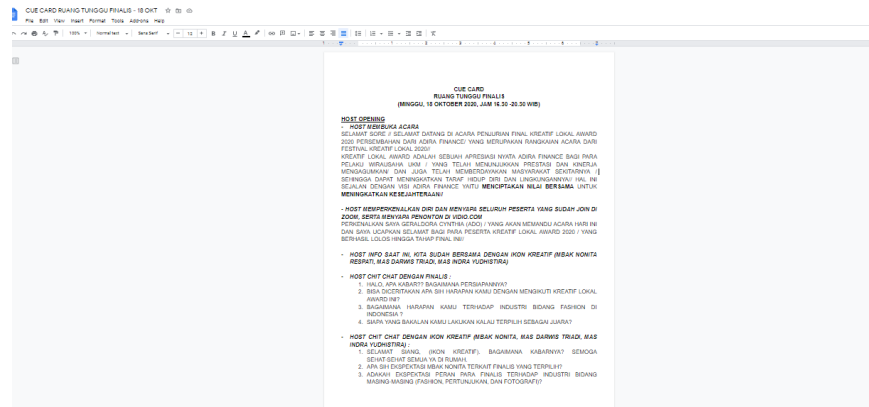
Pada tahap ini penulis berpartisipasi dalam membuat *cue card* Penjurian Kreatif Lokal Award 2 berdasarkan *rundown* yang telah dibuat oleh anggota tim *marketing communication* lainnya. Penulis juga membuat *cue card* ruang tunggu untuk pembawa acara yang ditempatkan pada Zoom ruang tunggu pada Penjurian Kreatif Lokal Award 1 dan Penjurian Kreatif Lokal Award 2. Selain itu, penulis membuat *slide* alternatif pembawa acara (*host*) untuk acara Penjurian Kreatif Lokal Award 2020. Acara ini diselenggarakan secara virtual, dan pembawa acara berada di studio yang berlokasi di KapanLagi Youniverse, sedangkan para juri dan finalis berada di rumah masing-masing. Acara Festival Kreatif Lokal Award 2020 ditayangkan melalui *live streaming* pada aplikasi Vidio.com.

Gambar 3.26 Contoh *Cue Card* Penjurian Kreatif Lokal Award 2020



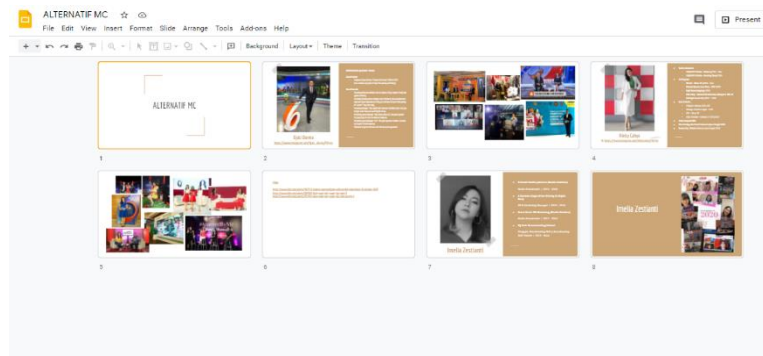
Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.27 Contoh *Cue Card* Ruang Tunggu Penjurian Kreatif Lokal Award 2020



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.28 *Slide* Alternatif Pembawa Acara Penjurian Kreatif Lokal Award 2020

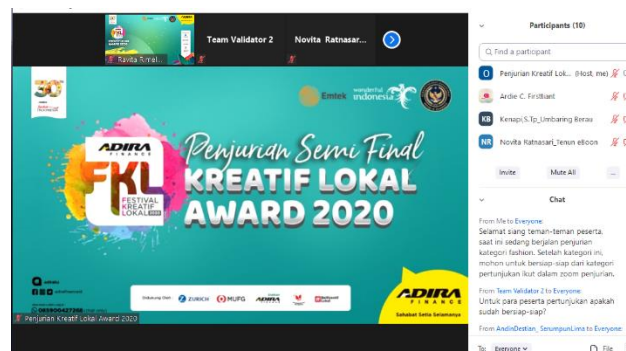


Sumber: Data Penulis (2020)

c. *Event*

Pada tahap ini penulis menjadi *host* aplikasi Zoom peserta Festival Kreatif Lokal Award 2020. Penulis juga menjadi *time keeper* sekaligus *floor director* bagi pembawa acara (*host*) di aplikasi Zoom ruang tunggu finalis Penjurian Kreatif Lokal Award 1. Selain itu, penulis juga menyiapkan laptop yang akan digunakan oleh pembawa acara untuk mengakses Zoom ruang tunggu para finalis.

Gambar 3.29 Penulis menjadi *Host* Zoom Peserta Festival Kreatif Lokal Award 2020



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.30 *Virtual background* yang Digunakan Pembawa Acara di Zoom Ruang Tunggu Finalis Penjurian Kreatif Lokal Award 2020



Sumber: KapanLagi Youniverse

d. *Post-event*

Pada Penjurian Kreatif Lokal Award 1, tim *marketing communication* melakukan evaluasi terkait kurangnya persiapan pada *cue card* ruang tunggu yang ternyata belum tersedia saat acara sudah mau dimulai. Melalui evaluasi tersebut, tim *marketing communication* lebih memperhatikan dan meningkatkan persiapan acara. Sehingga tidak hanya berfokus pada *cue card* untuk pembawa acara di studio, tetapi juga pada *cue card* ruang tunggu di acara Penjurian Kreatif Lokal Award 2.

3.3.1.6 *Virtual Press Conference* Implora Cosmetics

a. *Preparation* (persiapan)

Pada tahap ini perusahaan Implora Cosmetics dan KapanLagi Youniverse bekerjasama untuk menyelenggarakan acara *Virtual Press Conference* yang diselenggarakan pada 9 Oktober 2020. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan (*objectives*) untuk memperkenalkan Aurelie Moeremans sebagai *brand ambassador* dari Implora Cosmetics kepada masyarakat luas. Konsep acara *Virtual Press Conference* dilakukan dengan mengusung #ApprovedByMe yang merupakan *campaign*

terbaru yang sedang dijalankan oleh Implora Cosmetics. Acara *Press Conference* dilakukan secara virtual mengingat adanya pandemi dan memperhatikan protokol kesehatan dengan menggunakan *face shield* dan berjaga jarak antar narasumber yang hadir.

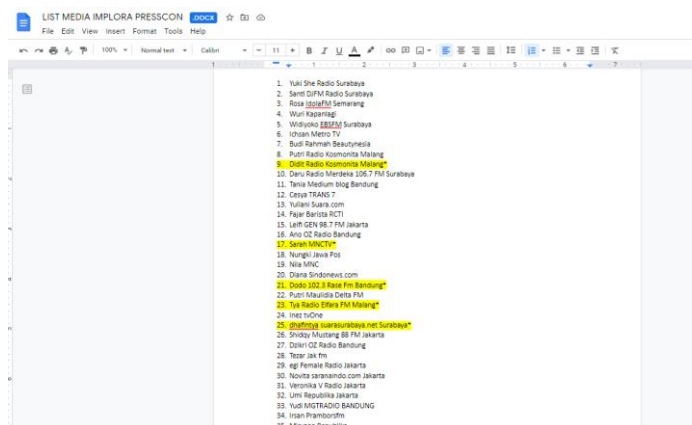
b. *Detailed Planning* (perencanaan rincian acara)

Pada tahap ini *rundown* dan *cue card* untuk pembawa acara telah dibuat oleh tim *marketing communication*. Acara ini diselenggarakan secara virtual dari studio yang berlokasi di KapanLagi Youniverse. Acara *Virtual Press Conference* ini ditayangkan melalui *live streaming* pada aplikasi Vidio.com. Bintang tamu yang hadir pada acara ini adalah Aurelie Moeremans sebagai *Brand Ambassador of Implora Cosmetics*, Maria Bintang sebagai *Brand Manager of Implora Cosmetics*, dan Barry Ritonga sebagai MUA. Rangkaian acara *Virtual Press Conference* dipandu oleh Kieky Cahya.

c. *Event*

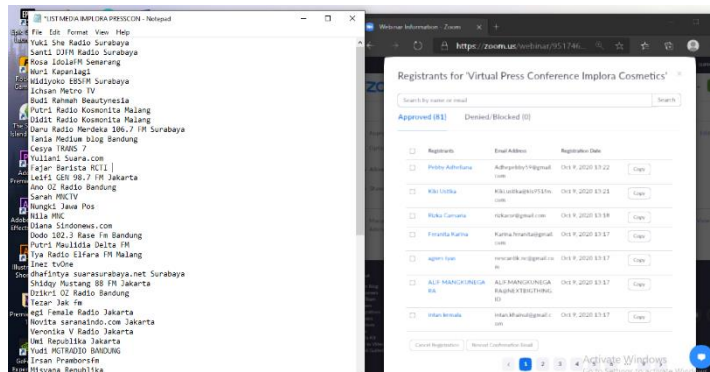
Pada tahap ini penulis melakukan *monitoring* dan mendata 62 media lokal yang hadir pada acara *Virtual Press Conference Implora Cosmetics* di aplikasi Zoom.

Gambar 3.31 Data 62 Media Lokal yang Hadir di Acara *Virtual Press Conference Implora Cosmetics*



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.32 Proses Mendata 62 Media Lokal yang Hadir di Acara *Virtual Press Conference* Implora Cosmetics



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.33 Acara *Virtual Press Conference* Implora Cosmetics



Sumber: KapanLagi Youniverse

d. *Post-event*

Pada tahap ini penulis membuat *list* pemenang *doorprize* pada acara *Virtual Press Conference* Implora Cosmetics. Pemenang tersebut merupakan 5 orang beruntung yang terpilih secara acak.

Gambar 3.34 *List Pemenang Doorprize Acara Virtual Press Conference Implora Cosmetics*

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	LIST PEMENANG DOORPRIZE IMPLORA								
2	LIST PEMENANG DOORPRIZE IMPLORA								
3	NAME	EMAIL	PHONE	ALAMAT					
4	Dodi Hidayat	dodi@tuntaskan.com	08194452080	Jl. Darus Panti C1E No 2, Desa Paksi Hilang					
5	Seah Said	seah.said@implora.com	08784183342	Jl. Percontohan Rawasari II A RT 006 RW 05 No.38 Kelurahan Rawasari Kecamatan Cempaka Putih, 10070					
6	Dodo Dondi	dondidondid@gmail.com	08572372845	Rasa Building - Studio Rasa Fm J. Setiabudi No.19 Mendong					
7	Tya Mahendy	tyamahendy72@gmail.com	08962226309	Jl. Tidar Barat No 1, Karangbesuki, Sukun Kota Malang					
8	Dhafa Nisora	dhafanisanora@yahoo.co.id	085732471345	Jl. Jatisri Sosisri 13 nomor 4 Surabaya					
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									
26									
27									

Sumber: Data Penulis (2020)

3.3.1.7 Tuntaskan Pandemi Mulai Dari Tanganmu

a. *Preparation* (persiapan)

Pada tahap ini Fimela dan KapanLagi Youniverse berkolaborasi dengan Carex untuk menyelenggarakan acara Tuntaskan Pandemi Mulai Dari Tanganmu yang diselenggarakan pada 15 Oktober 2020. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan (*objectives*) untuk merayakan *Global Hand Washing Day 2020*. Konsep acara Tuntaskan Pandemi Mulai Dari Tanganmu dilakukan dengan bincang-bincang santai mengenai pentingnya menjaga kebersihan tangan dengan benar di saat pandemi ini dan menerapkannya menjadi sebuah kebiasaan. Acara Tuntaskan Pandemi Mulai Dari Tanganmu dilakukan secara virtual mengingat adanya pandemi.

b. *Detailed Planning* (perencanaan rincian acara)

Pada tahap ini *rundown* dan *cue card* untuk pembawa acara telah dibuat oleh tim *marketing communication*. Acara ini diselenggarakan secara virtual dari studio yang berlokasi di KapanLagi Youniverse. Para narasumber berlokasi di rumah masing-masing untuk meminimalisir kontak dengan banyak orang saat acara diselenggarakan. Acara Tuntaskan Pandemi

Mulai Dari Tanganmu ditayangkan melalui *live streaming* pada aplikasi Vidio.com.

Bintang tamu yang hadir pada acara ini adalah Dr. Listya Paramita, Agatha Suci, Andy Santoso sebagai *Senior Brand Manager* Carex, dan Amelia Ayu Kinanti sebagai *Chief Editor* Fimela.com. Rangkaian acara *Virtual Press Conference* dipandu oleh Patricia Ranieta. Perencanaan promosional *brand* Carex pada acara Tuntaskan Pandemi Mulai Dari Tanganmu menggunakan *super impose (pack shot on frame)*, *product display on set*, *TVC* pada pembukaan acara dan penutupan acara, serta melalui *adlibs* yang akan diucapkan oleh pembawa acara (*host*).

Gambar 3.35 *Brand Placement – Super Impose*
(*Pack Shot on Frame*)



Sumber: Fimela.com

Gambar 3.36 *Brand Placement – Product Display on Set*



Sumber: Fimela.com

Gambar 3.37 *Brand Placement – TVC on Opening Segment*



Sumber: Vidio.com

Gambar 3.38 *Brand Placement – TVC on Closing Segment*



Sumber: Vidio.com

c. *Event*

Pada tahap ini penulis berdampingan dengan tim *creative* untuk memantau kesesuaian urutan *cue card* dengan *rundown* acara Tuntaskan Pandemi Mulai Dari Tanganmu yang dibacakan oleh pembawa acara (*host*).

3.3.1.8 Hari Cuci Tangan Sedunia

a. *Preparation* (persiapan)

Pada tahap ini Lifebuoy bekerjasama dengan KapanLagi Youniverse untuk menyelenggarakan acara Hari Cuci Tangan Sedunia yang diselenggarakan pada 15 Oktober 2020. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan (*objectives*) untuk merayakan hari cuci tangan sedunia di tahun 2020. Konsep acara Hari Cuci Tangan Sedunia dilakukan dengan bincang-bincang santai mengenai pentingnya rajin mencuci tangan bisa menyelamatkan audiens di saat pandemi dan menerapkan cuci tangan dengan sabun selama 20 detik. Acara Hari Cuci Tangan Sedunia dilakukan secara virtual mengingat adanya pandemi.

b. *Detailed Planning* (perencanaan rincian acara)

Pada tahap ini *rundown* dan *cue card* untuk pembawa acara telah dibuat oleh tim *marketing communication*. Acara Hari Cuci Tangan Sedunia diselenggarakan secara virtual dari studio yang berlokasi di KapanLagi Youniverse dan akan disiarkan melalui Vidio.com. Bintang tamu yang hadir pada acara ini adalah Dr. Efmansyah Iken Lubis, Maulani Affandi sebagai pakar kesehatan kulit, dan Christian Sugiono. Acara ini juga dimeriahkan dengan kehadiran Rizky Febian yang akan menampilkan *special performance*.

c. *Event*

Pada tahap ini penulis berdampingan dengan tim *creative* untuk memantau kesesuaian urutan *cue card* dengan *rundown* acara Hari Cuci Tangan Sedunia yang dibacakan oleh pembawa acara (*host*) dan menjembatani informasi penting yang ingin disampaikan kepada pembawa acara dari tim *marketing communication*.

d. *Post-event*

Pada tahap ini dikarenakan acara ini melalui proses *tapping* terlebih dahulu dan baru akan ditayangkan, tim *marketing communication* dapat melakukan *re-take* pada sesi acara yang dirasa masih kurang, seperti pada *opening* dan *closing* acara yang kualitas suaranya kurang baik. Sehingga, dilakukannya *re-take* pada sesi tersebut agar lebih sempurna.

3.3.1.9 Fimela Hood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes

a. *Preparation* (persiapan)

Pada tahap ini Implora Cosmetics berkolaborasi dengan Fimela dan KapanLagi Youniverse menyelenggarakan acara Fimela Hood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes yang diselenggarakan pada 20 November 2020. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan (*objectives*) untuk menginspirasi dan mengedukasi audiens tentang cara tetap terlihat cantik dengan *makeup* selama pandemi ini yang cenderung hasil *makeup* nya tidak terlihat, karena harus menggunakan masker.

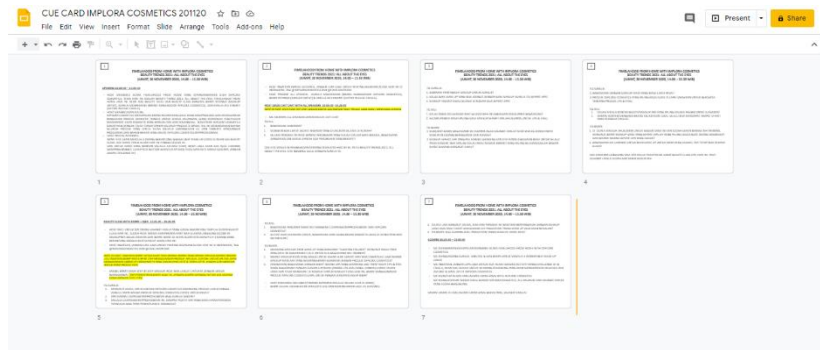
Konsep acara Fimela Hood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes dilakukan dengan memfokuskan pembahasan mengenai *makeup* mata dengan menggunakan produk-produk Implora Cosmetics. Selain itu, terdapat sesi pemilihan 3 orang beruntung dengan *best make up looks* di akhir sesi *beauty class* bersama Barry Ritonga. Acara ini dilakukan secara virtual mengingat sedang adanya pandemi.

b. *Detailed Planning* (perencanaan rincian acara)

Pada tahap ini penulis berpartisipasi dalam pembuatan *cue card* pembawa acara berdasarkan *rundown* yang telah dibuat oleh anggota *tim marketing communication* lainnya. Bintang

tamu dari acara Fimelhood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes adalah Aurelie Moeremans sebagai *Brand Ambassador of Implora Cosmetics*, Amelia Ayu Kinanti sebagai Chief Editor in Fimela, dan Barry Ritonga sebagai MUA. Acara ini diselenggarakan secara virtual dari studio yang berlokasi di KapanLagi Youniverse dan ditayangkan melalui *live streaming* pada aplikasi Vidio.com.

Gambar 3.39 *Cue Card* Fimelhood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes

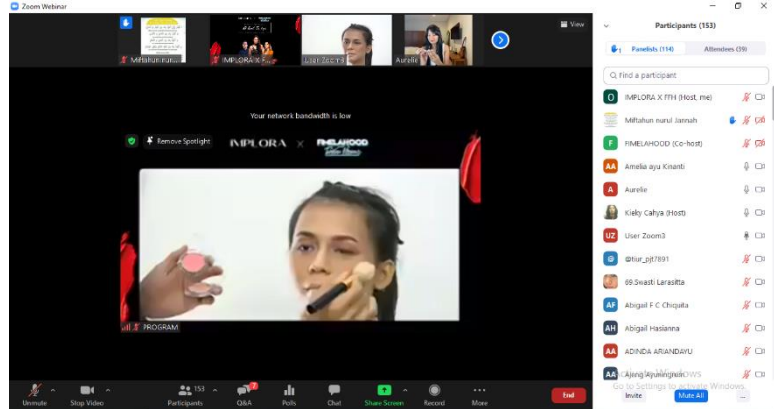


Sumber: Data Penulis (2020)

c. *Event*

Pada tahap ini penulis menjadi *host* pada aplikasi Zoom acara Fimelhood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes. Penulis bertugas memindahkan 100 peserta *beauty class* yang terdaftar di *list* peserta dari *attendees* menjadi *panelist*. Hal tersebut dilakukan agar peserta *beauty class* yang terpilih sebagai 3 peserta beruntung dengan *best makeup looks* di akhir acara *beauty class* dapat di *pinned* untuk ditampilkan pada *live streaming* Vidio.com.

Gambar 3.40 Penulis menjadi *Host* Aplikasi Zoom Fimelahood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.41 *List 100 Peserta Beauty Class yang Terdaftar*

NO	NAME	PHONE	ALAMAT	INSTAGRAM	NOTES
1	DIMP20 Abigail Hastiana P	089610232386	Bunna Gardens Blok F (Jl. Bunna suri V) no. 32, Pajang Cugugreva, RT 002 rw 004 15140	Abhasper	All OK!
2	DIMP20 Ave ariaz gunanto	085819767416	Jalan Kemang rt 005/04 no 16, rancung baris, tegakarna jakarta selatan, 12250	kiriazave	Aku dapat 10 item tapi ada 3 item yg expired (pernah ada hilang)
3	DIMP20 Dina Yuliani	08577607593	Kelurahan Duren gg 3 no 65, RT 05 RW 04, Kecamatan Karangpilang, Kelurahan Kelurahan Kota Surabaya kode pos 60233	@Dinayyuu	tidak diterima dan hilang ada 10 tapi later syborne pencil warna kemana yg exp 2020
4	DIMP20 Dany Ayu Anggarida Paramitha	08155932241	Jalan Nangka, Kp. Sukoharjo RT 01/01 No. 49, Kel. Sukamaju Baru, Kec. Tegal Kerta Depok - 16455	dimyangarda	SUDAH TERIMA, SEMUA OK!
5	DIMP20 Dewi Pasca Lestari Wijaya	08128748661	RT01/03, Kec. Cimanggis, Kel. Tugu, Kota Depok, 16451, Tm. Manper no 12, JAWA BARAT	devopistari	Pencil ada hilang sudah expired
6	DIMP20 LISA BUDIYANTI	081281199428	INDO PRACTICAL OEAR, Jalan Timuran Kelapa Hydrida Puko Orland Orchard Square Blok F No 19 Sd, Sukapura, Kec. Cilincing Kota Jakarta Utara 14140	lisa_budiyanti	ada hak, namun dikirim laptop nya, yg ter kirim tidak ada yg 3 item, dan replacement ada yg exp 2020
7	DIMP20 Miftahun nurul jannah	08983879862	Jl. widadarma raya kampung baru 7 m 9 rw 1 no 18 kelurahan cilincing kecamatan pesanggrahan jakarta selatan 12250	15m31_nel_	Manajemen semua. All ok, hanya syborne segeha sudah terbuca.
8	DIMP20 Nani Suryono	08111244420	Nani Suryono (08111244420)	nani12	Aku yg expired ka yg syborne pencil blackbox 12 2020
9	DIMP20 Nia Kurniasih	085779824119	Jl. Batu Tulis 1 No 28 D, Batu Anson, Kecamatan Bat. Jakarta Timur 13210 (depan Satek Uman)	@kinnia_19	pencil ada expired
10	DIMP20 Nika emalia viera	082110907919	Jl. Sukarno 23 RT 04 RW 05 Sukabumi Utara Kebon Jeruk Jakarta barat 11240	@nikanemalia	Namun implora syborne pencil blackbox exp 12 2020

Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.42 Sesi *Beauty Class* Fimela Hood From Home With Implora Cosmetics Beauty Trends 2021: All About the Eyes



Sumber: Data Penulis (2020)

3.3.1.10 Hadirkan Keajaiban di Setiap Ruangan

a. *Preparation* (persiapan)

Pada tahap ini perusahaan Avian Brands dan KapanLagi Youniverse bekerjasama untuk menyelenggarakan *tapping* acara Hadirkan Keajaiban di Setiap Ruangan yang diselenggarakan pada 24 November 2020 dan dipublikasikan pada 7 Desember 2020 melalui Instagram *Live* Avian Brands. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan (*objectives*) untuk membangun *awareness* audiens pada varian cat baru yang berkolaborasi dengan Disney dan memberikan *product knowledge* kepada audiens di rumah. Konsep acara Hadirkan Keajaiban di Setiap Ruangan dilakukan dengan bincang-bincang santai dengan para narasumber mengenai produk baru dari Avian Brands dan membagikan tips & trik mendekorasi kamar anak. Acara ini dilakukan secara virtual mengingat adanya pandemi.

b. *Detailed Planning* (perencanaan rincian acara)

Pada tahap ini *rundown* dan *cue card* untuk pembawa acara telah dibuat oleh tim *marketing communication*. Acara Hadirkan Keajaiban di Setiap Ruangan turut mengundang Ellen Yovita sebagai *Marketing Manager* Avian Brands, Tyna Kanna Mirdad yang membagikan kisahnya saat merenovasi rumah dan kamar anak, Agatha Carolina sebagai *Designer Interior*, dan Ricky Cahyadi sebagai *founder of Archify*. Acara ini dipandu oleh Agustin Ramli dan diselenggarakan secara virtual dari studio yang berlokasi di KapanLagi Youniverse. Acara Hadirkan Keajaiban di Setiap Ruangan ditayangkan melalui Instagram *Live* dari Avian Brands.

c. *Event*

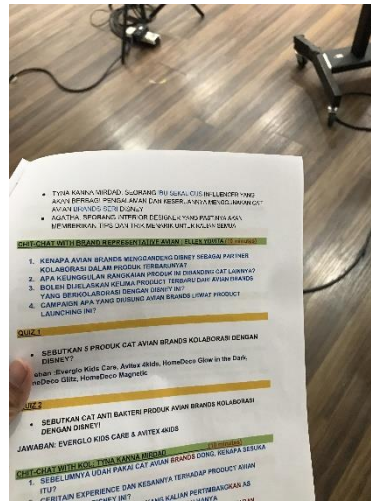
Pada tahap ini penulis bertanggung jawab sebagai pelaksana acara dan berdampingan dengan tim *creative* untuk memantau kesesuaian urutan *cue card* dengan *rundown* yang dibacakan oleh pembawa acara (*host*).

Gambar 3.43 Proses *Tapping* Acara Hadirkan Keajaiban di Setiap Ruangan



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.44 Penulis Memantau Kesesuaian Urutan *Cue Card* dengan *Rundown* yang Dibacakan oleh Pembawa Acara



Sumber: Data Penulis (2020)

d. *Post-event*

Pada tahap ini dikarenakan acara ini diselenggarakan secara *tapping*, oleh karena itu tim multimedia akan menyunting beberapa sesi yang bermasalah, seperti saat salah satu narasumber mengalami gangguan koneksi internet. Setelah disunting / di-*edit*, maka hasil video *live streaming* akan diberikan kepada Avian Brands untuk di-*review* terlebih dahulu dan akan dipublikasikan pada Instagram *Live Avian Brands* saat klien telah merasa puas dengan hasil *edit* video *live streaming*.

3.3.1.11 Pancarkan Semangat, Sebarkan Ceriamu

a. *Preparation* (persiapan)

Pada tahap ini perusahaan Imperial Leather berkolaborasi dengan Fimela dan KapanLagi Youniverse untuk menyelenggarakan acara Pancarkan Semangat, Sebarkan Ceriamu yang diselenggarakan pada 27 November 2020. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan (*objectives*) untuk membangun *awareness* audiens pada varian produk baru dari Imperial Leather, yaitu *Mermaid Magic* dan *Cosmic Unicorn*. Konsep acara Pancarkan Semangat, Sebarkan Ceriamu

dilakukan dengan sesi *talkshow* dengan para narasumber menarik untuk menginspirasi para audiens dalam menggali potensi dirinya sendiri dan membahas tips & trik dalam menumbuhkan *self-love*. Acara ini dilakukan secara virtual mengingat sedang adanya pandemi.

b. *Detailed Planning* (perencanaan rincian acara)

Pada tahap ini *rundown* dan *cue card* untuk pembawa acara telah dibuat oleh tim *marketing communication*. Bintang tamu yang diundang dalam acara ini adalah Diska Ulfa sebagai *Brand Manager P2 Cussons* dan Nanda Arsyinta sebagai *Beauty Enthusiast*. Acara Pancarkan Semangat, Sebarkan Ceriamu juga dimeriahkan dengan *jamming session* bersama Hivi dan dipandu oleh Patricia Ranieta. Acara ini diselenggarakan secara virtual dari studio yang berlokasi di KapanLagi Youniverse dan ditayangkan melalui Vidio.com dan Instagram *Live*.

c. *Event*

Pada tahap ini penulis berdampingan dengan tim *creative* untuk memantau kesesuaian urutan *cue card* dengan *rundown* yang akan dibacakan oleh pembawa acara. Selain itu, Penulis juga membantu tim *partnership* mengemas *surprise box* untuk 10 pemenang beruntung.

Gambar 3.45 *Cue Card* Pancarkan Semangat, Sebarkan Ceriamu



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.46 Penulis Memantau Kesesuaian Urutan *Cue Card* dengan *Rundown* yang Dibacakan oleh Pembawa Acara



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.47 Hasil Pengemasan *Surprise Box* untuk 10 Pemenang Beruntung yang Telah Diterima Oleh Pemenang



Sumber: <https://www.instagram.com/p/CIaOahSHJXX/>

3.3.1.12 Fimela Hood From Home X Pepsodent #CeritaSenyumIbu

a. *Preparation* (persiapan)

Pada tahap ini perusahaan Pepsodent bekerjasama dengan Fimela dan KapanLagi Youniverse untuk menyelenggarakan acara Fimela Hood From Home X Pepsodent #CeritaSenyumIbu yang diselenggarakan pada 22 Desember 2020. Konsep acara Fimela Hood From Home X Pepsodent #CeritaSenyumIbu dilakukan dengan bincang-bincang santai dengan para narasumber mengenai tips dan ide menarik agar *family time* selama masa *new normal* menjadi lebih seru, serta sesi tanya jawab dengan para narasumber. Selain itu, acara ini juga menghadirkan *art workshop* bersama peserta Zoom yang telah bergabung dan hasil dari lukisan tersebut akan diberikan kepada ibu dari peserta dalam rangka merayakan hari ibu. Acara ini dilakukan secara *virtual* mengingat adanya pandemi.

b. *Detailed planning* (perencanaan rincian acara)

Pada tahap ini *rundown* dan *cue card* untuk pembawa acara telah dibuat oleh tim *marketing communication*. Bintang tamu yang diundang dalam acara ini adalah Mama Merry, Moonella, Nadya Pramesrani sebagai *Clinical Psychologist* Rumah Dandellion, dan I Love Craft Workshops yang dipandu oleh Kieky Cahya. Acara ini diselenggarakan secara *virtual*, pembawa acara berada di studio yang berlokasi di KapanLagi Youniverse, sedangkan para narasumber berada di rumah masing-masing. Acara Fimela Hood From Home X Pepsodent #CeritaSenyumIbu ditayangkan melalui *live streaming* di aplikasi Vidio.com dan Instagram *Live*.

c. *Event*

Pada tahap ini penulis mengikuti *briefing* dan *runthrough* sebelum acara akan dimulai. Penulis juga menjadi *co-host* dari Zoom acara Fimela Hood From Home X Pepsodent #CeritaSenyumIbu untuk memantau peserta acara dan penulis berdampingan dengan tim *creative* untuk memantau kesesuaian urutan *cue card* dengan *rundown* yang akan dibacakan oleh pembawa acara di studio.

Gambar 3.48 Penulis menjadi *Co-Host* dari Zoom Acara Fimela Hood From Home X Pepsodent #CeritaSenyumIbu



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.49 Penulis Memantau Kesesuaian Urutan *Cue Card* dengan *Rundown* yang Dibacakan oleh Pembawa Acara



Sumber: Data Penulis (2020)

Gambar 3.50 Acara Fimelahood From Home X
Pepsodent #CeritaSenyumIbu



Sumber: Data Penulis (2020)

3.3.2 Kendala Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

Selama melaksanakan praktek kerja magang di KapanLagi Youniverse, penulis menemukan beberapa kendala ataupun masalah, yaitu:

1. Perubahan informasi dan permintaan dari klien secara mendadak

Pada saat beberapa jam sebelum acara akan berlangsung terdapat perubahan informasi dari klien untuk *wording adlibs* dan informasi tentang adanya beberapa *slot* TVC di setiap sesi acara yang terdapat di *cue card* pembawa acara. Selain itu, kendala lain yang terjadi saat beberapa waktu sebelum acara di mulai adalah permintaan klien secara mendadak untuk dibuatkan Zoom terpisah bagi peserta yang menunggu agar tidak dapat mendengar komentar atau pertanyaan yang diberikan oleh juri pada peserta sebelumnya.

2. Masalah teknis dan gangguan koneksi internet

Terdapat masalah teknis pada aplikasi Zoom yang menampilkan pembawa acara. Hal tersebut dikarenakan laptop yang digunakan untuk mengakses aplikasi Zoom tersebut tidak memiliki pilihan *green screen*, sehingga pembawa acara tidak dapat menggunakan *virtual background*. Selain itu, masalah teknis yang juga terjadi saat acara berlangsung, yaitu adanya gangguan koneksi internet di rumah *talent* atau *influencers* yang mengakibatkan terdapatnya kesulitan komunikasi antara pembawa acara dan *talent* atau *influencers* tersebut.

3. Minimnya pengetahuan mengenai pembuatan *cue card*

Selama menempuh studi di Universitas Multimedia Nusantara pada mata kuliah *Special Event and Brand Activation*, penulis bertanggungjawab dalam divisi publikasi yang bergerak pada media sosial Instagram dan Line Official Account dari *event* yang diselenggarakan. Oleh karena itu, penulis belum mendapatkan bekal pengetahuan mengenai pembuatan *cue card* untuk pembawa acara (*host*).

Berbagai kendala yang ditemui oleh penulis selama melaksanakan praktek kerja magang menjadi pembelajaran untuk dapat mencari alternatif lain agar dapat menyelesaikan kendala dan pekerjaan dengan baik. Beberapa

solusi yang ditemukan berdasarkan kendala yang ada dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Perubahan informasi dan permintaan klien secara mendadak

Solusi dari kendala adanya perubahan informasi dari klien secara mendadak adalah penulis langsung menambahkan informasi terbaru dari klien pada *cue card* pembawa acara mengenai *wording adlibs* dan informasi tentang adanya beberapa *slot TVC* di setiap sesi acara. Hal tersebut dilakukan, agar *wording cue card* dapat segera dicetak dan ditempelkan pada *cover cue card*, sehingga *cue card* tersebut dapat diberikan kepada pembawa acara sebelum *briefing* dan *runthrough* acara dilaksanakan.

Kendala lain yang dihadapi oleh penulis adalah mengenai permintaan klien yang secara mendadak meminta untuk dibuatkan *Zoom* terpisah bagi peserta yang sedang menunggu. Solusi dari kendala tersebut adalah penulis dengan sigap membuat *Zoom* untuk ruang tunggu bagi peserta sebelum acara di mulai. Pembuatan *Zoom webinar* dilakukan dengan menggunakan akun *Zoom* milik perusahaan *KapanLagi Youniverse* yang telah diperbarui menjadi akun *Zoom premium*.

2. Masalah teknis dan gangguan koneksi internet

Kendala masalah teknis pada aplikasi *Zoom* pembawa acara yang tidak dapat menggunakan *virtual background* berhasil terselesaikan dengan solusi, yaitu penulis mengusulkan untuk menggunakan laptop pribadi milik penulis sebagai perangkat yang akan digunakan oleh pembawa acara untuk mengakses aplikasi *Zoom* menggunakan *virtual background*.

Kendala lain yang ditemui penulis selama melakukan praktek kerja magang, yaitu masalah gangguan koneksi internet di rumah *talent* atau *influencers*. Solusi dari kendala tersebut adalah pembawa acara dapat dengan sigap beralih untuk

membacakan *adlibs* atau *quiz* yang tersedia pada *cue card* selama menunggu koneksi internet dari *talent* atau *influencers* lebih stabil.

3. Minimnya pengetahuan mengenai pembuatan *cue card*

Solusi dari kendala minimnya bekal pengetahuan dan pemahaman penulis dalam pembuatan *cue card* saat akan melaksanakan tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan adalah penulis belajar secara otodidak dan mencoba memahami pembuatan *cue card* melalui beberapa contoh *cue card* yang diberikan oleh pembimbing lapangan. Selain itu, penulis juga mencoba bertanya pada pembimbing lapangan pada beberapa hal yang kurang dimengerti dan detail acara yang belum diketahui oleh penulis.