



Hak cipta dan penggunaan kembali:

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

Copyright and reuse:

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Event adalah salah satu kegiatan komunikasi yang banyak dilakukan perusahaan pada masa modern ini. Keterlibatan *audience* dalam suatu *event* dapat menjadi bentuk publikasi secara tidak langsung bagi perusahaan. Setiap perusahaan berlomba-lomba dalam menciptakan ide kreatif dalam penyelenggaraan *event* mereka. Perkembangan zaman juga menciptakan transisi dalam pelaksanaan *event* yang awalnya dilakukan secara *offline* menjadi *online*.

Menurut Kennedy (2009, p. 3) *event* diartikan sebagai pameran, pertunjukan atau festival dengan adanya pihak penyelenggara, pengunjung dan peserta sebagai syarat berlangsungnya *event*. *Event* juga dapat diartikan sebagai satu bentuk kegiatan yang dilakukan dalam mengkomunikasikan suatu pesan tertentu kepada *target audience* (Sulaksana, 2003, p. 83)

Berdasarkan pengertian di atas, *event* dapat diartikan sebagai suatu rangkaian kegiatan tertentu yang melibatkan beberapa pihak dengan maksud untuk mengkomunikasikan pesan tertentu. Konsep setiap *event* mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi dan aktivitas masyarakat (Noor, 2009, p. 7). Seiring dengan perkembangan tersebut, setiap orang berlomba-lomba dalam menciptakan ide kreatif dalam pelaksanaan *event* demi menarik perhatian khalayak.

Shone dan Parry dalam (Noor, 2009, p. 8) menjelaskan kategori *event* yang terbagi menjadi empat jenis yaitu:

1. ***Leisure Event***. Kategori *event* yang berfokus pada berbagai aktivitas keolahragaan dimana terdapat unsur pertandingan serta dapat mendatangkan banyak *audience*.
2. ***Personal Event***. Kategori *event* yang melibatkan anggota keluarga atau teman serta bersifat sederhana. Contoh *personal event* adalah pesta pernikahan dan acara ulang tahun.

3. **Cultural Event.** Kategori *event* yang identik dengan budaya suatu masyarakat tertentu serta memiliki nilai sosial yang tinggi. Contoh dari *cultural event* adalah upacara adat daerah serta upacara keagamaan.
4. **Organizational Event.** Kategori *event* dimana penyelenggaraannya disesuaikan dengan tujuan suatu organisasi. Contoh dari *organizational event* antara lain konferensi partai politik dan *product launching* suatu *brand*.

Masing-masing perusahaan atau organisasi seringkali mengadakan *event* dengan maksud dan tujuan tertentu, baik yang ditujukan untuk pihak internal maupun untuk publik eksternal. Dalam penyelenggaraan suatu *event*, umumnya perusahaan menggunakan jasa *event organizer* dalam membantu proses perencanaan hingga pelaksanaan. *Event organizer* dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan tenaga profesional dengan mengumpulkan dan mempertemukan sejumlah *audience* untuk mengikuti rangkaian kegiatan, serta bertanggung jawab dalam proses penelitian, desain kegiatan, perencanaan dan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan sebuah kegiatan (Goldblatt, 2013).

Event organizer sendiri dapat dikategorikan sesuai dengan jenis acara yang diadakan, yaitu *private party*, *birthday party*, *wedding organizer*, *music and entertainment*, *brand activation*, *MICE (meeting, incentive, convention, exhibition)*, dan *One Stop Service Agency*. Dalam perkembangannya, *industry event organizer* menemui beberapa tantangan dalam pelaksanaan kegiatan *event*, salah satunya adalah kondisi pandemi yang membuat pelaksanaan *event* secara *offline* menjadi terhambat. Dengan kesulitan dan keterbatasan dalam penyelenggaraan *event offline*, para penyedia jasa *event organizer* beradaptasi dengan menawarkan pelaksanaan *event* secara *online* yang dapat dikenal juga dengan sebutan *event virtual*.

Seiring berjalannya waktu, pelaksanaan *event virtual* menjadi pilihan utama bagi sebagian besar perusahaan dalam penyelenggaraan berbagai jenis acara maupun kegiatan. Diluar kondisi pandemi yang memaksa penyelenggaraan *event* secara *online*, penyelenggaraan *event virtual* dinilai lebih praktis, efisien, dan tentunya lebih terjangkau dalam hal biaya. Pelaksanaan *event virtual* juga dapat menjangkau lebih banyak *audience*, dimana setiap pihak maupun *audience* dari berbagai lokasi yang

berbeda dapat berkumpul dalam satu *platform* tanpa perlu datang langsung ke lokasi penyelenggaraan *event*. Merebaknya pelaksanaan *event virtual* menumbuhkan kembali persaingan dalam bidang jasa *event organizer* serta memunculkan para pesaing baru dalam bidang jasa ini. Potensi besar dengan didukung kemajuan teknologi yang semakin mutakhir akan membuat bisnis penyelenggaraan *event virtual* semakin banyak diminati seiring perkembangan zaman.

Selain penyelenggaraan *event virtual*, terdapat penyelenggaraan *event hybrid* yaitu penyelenggaraan *event* yang menggabungkan konsep *offline* dan *online*. *event hybrid* sendiri muncul saat kondisi pandemi mulai membaik dan sebagian besar kegiatan sudah bisa dilakukan secara tatap muka langsung meskipun dengan protokol kesehatan. Pada penyelenggaraan *event* secara *hybrid*, umumnya *event organizer* hanya menjalankan beberapa hal secara tatap muka, dimana sebagian pelaksanaan *event* akan dilakukan secara *virtual*. Client pada umumnya akan menentukan tahapan acara apa saja yang akan dilakukan secara *offline* dan *online* serta aspek apa saja yang ingin diperlihatkan kepada para *audience*. *event hybrid* sendiri memiliki beberapa kelebihan yaitu dapat dihadiri oleh *audience* secara langsung maupun secara *virtual* sehingga memiliki peluang partisipasi *audience* yang lebih besar. Selain itu, sama halnya dengan *event online*, pelaksanaan *event hybrid* dinilai lebih praktis dan terjangkau dibandingkan *event offline*.

Pada penyelenggaraan suatu *event*, baik *event offline*, *online*, maupun *hybrid*, terdapat perencanaan yang harus dilakukan terlebih dahulu agar *event* dapat rampung dan berjalan dengan lancar. Proses perencanaan hingga pelaksanaan *event* ini dikenal dengan proses *event management*. Menurut Goldblatt (2002), terdapat lima tahapan dalam pelaksanaan suatu *event* yaitu *research*, *design*, *planning*, *coordination* dan *evaluation*. *Event management* sendiri telah menjadi acuan utama bagi para jasa *event organizer* dan banyak perusahaan dalam penyelenggaraan suatu *event*. Dalam industri kreatif, setiap tahap dalam *event management* sangatlah penting sehingga harus dilakukan dengan maksimal demi mencapai keberhasilan pelaksanaan *event*. Tahapan *event management* ini juga dapat diaplikasikan untuk penyelenggaraan *event* secara *online* maupun *hybrid*.

Dalam proses *event management*, terdapat 3 fase dalam penyelenggaraan suatu *event*. Yang pertama adalah *pre-event*, yaitu menentukan ide dan konsep yang

sesuai dengan tujuan *client* dan karakteristik *target audience*, membahas teknis pelaksanaan *event* dan berbagai proses persiapan hingga hari-*event*. Yang kedua adalah hari-h *event*, yaitu hari dimana *event* berlangsung. Yang ketiga adalah *post-event* yaitu tahap evaluasi untuk menentukan keberhasilan suatu *event* serta menjadi acuan dan pembelajaran untuk pelaksanaan *event* yang akan datang.

Pada pelaksanaan praktik kerja magang di semester 7 ini, penulis mendapat kesempatan untuk bergabung dengan PT Sakti Rekatama Cipta yang dikenal sebagai Virtualevent.id. PT Sakti Rekatama Cipta sendiri merupakan bagian dari PT Magenta Mediatama yaitu perusahaan yang menyediakan jasa *event organizer* dengan nama Magenta Event Organizer. Virtualevent.id didirikan pada 2020 sebagai perwujudan dari transisi pelaksanaan *event* secara *offline* ke *event online* yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. Pelaksanaan sebagian besar *event online* dilakukan dengan menggunakan platform Zoom, Webex Meeting, dan beberapa aplikasi serta fitur penunjang lainnya. Selain pelaksanaan *event* secara *online*, terdapat beberapa *event* yang dilaksanakan secara *hybrid* dan juga beberapa *event offline* seperti sentra vaksinasi dan *photoshoot*. Pada perjalanannya, Virtualevent.id dan Magenta EO merupakan satu kesatuan dimana penyelenggaraan suatu *event* seringkali dilakukan secara bersama-sama dengan peran dan fokus masing-masing. Virtualevent.id memiliki beberapa kompetitor sesama penyedia jasa *event virtual*. Salah satu kompetitor utama dari Virtualevent.id adalah Starlight Event Organizer.

Penulis memilih Virtualevent.id sebagai tempat pelaksanaan praktik kerja magang dikarenakan penulis tertarik dan ingin memahami lebih dalam mengenai perencanaan dan pelaksanaan suatu *event*. Selain itu, penulis ingin mempelajari pelaksanaan *event virtual* dan *hybrid* yang mulai menjadi pilihan utama sebagian besar pelaku usaha dalam pelaksanaan *event*, dimana Virtualevent.id sendiri hadir untuk menyediakan jasa *event virtual* yang berkualitas dan terpercaya.

Dalam menjalani praktik kerja magang, penulis diposisikan sebagai *event & social media content Intern* pada departemen *marketing communication*. Penulis mendapatkan *jobdesc* yang berkaitan dengan posisi penulis yaitu perencanaan dan pembuatan ide atau konten untuk *event* sebagai tugas utama penulis. Selain itu penulis memiliki tugas tambahan yaitu membuat perencanaan untuk konten media sosial Instagram. Fokus penulis dalam praktik kerja magang ini diarahkan pada

empat tahapan *event management* yaitu *research*, *design*, *planning*, dan *coordination* dengan perbedaan tahapan yang dijalani di setiap tugas yang diberikan. Pada perjalanan praktik kerja magang selama tiga bulan ini, penulis disupervisi oleh Nana Rukmana selaku *Assistant Manager*.

Dalam penulisan laporan magang ini, penulis mengacu pada lima tahapan pelaksanaan *event* yang disebut sebagai tahapan *event management* (Goldblatt, 2002) untuk menguraikan tugas utama penulis, dimana proses *event management* sendiri merupakan salah satu pembahasan yang telah penulis pelajari pada semester 5 dalam mata kuliah *special event*. Selain itu, *event* merupakan salah satu elemen dari 8 bauran *marketing communication* menurut Kotler dan Keller (2016, p. 582).

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mempelajari dan berpartisipasi dalam kegiatan perencanaan *event* pada *Virtualevent.id* dan *Magenta Event Organizer* baik *event* yang dilaksanakan secara *online*, *offline*, maupun *hybrid*.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini memiliki maksud dan tujuan untuk:

1. Meningkatkan kompetensi dan kemampuan penulis dalam melakukan aktivitas perencanaan *event* dan pembuatan konten media sosial.
2. Memperoleh pemahaman seputar dunia kerja *professional* yang bermanfaat sebagai persiapan dalam memasuki dunia kerja setelah lulus dari perkuliahan.
3. Memperluas jaringan koneksi penulis dengan mengenal berbagai rekan kerja *professional* yang dapat membagikan ilmu dan pengalaman serta menjadi referensi di masa yang akan datang.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan di kantor yang berlokasi di Jalan Raya Kebayoran Lama No.357 A, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Praktik kerja magang dimulai sejak tanggal 18 Agustus sampai dengan 18 November 2021. Praktik kerja magang dilaksanakan selama 5 hari dalam seminggu yang dimulai pada pukul 09:00 sampai 17:00 pada hari Senin, Selasa, Rabu dan Jumat serta pukul 11:00 sampai 17.00 pada hari Kamis. Total waktu kerja pada hari Senin, Selasa, Rabu dan Jumat adalah 8 jam, sedangkan untuk hari Kamis adalah 6 jam, dimana setiap hari terdapat waktu istirahat selama 1 jam pada pukul 12:00-13:00.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur dan tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan kerja magang:

- Mengirimkan e-mail yang berisi kalimat pengantar, *Curriculum Vitae* (CV), dan portofolio penulis kepada contact person yang dituju;
- Mendapat balasan dan undangan untuk melakukan wawancara tatap muka langsung di kantor PT Sakti Rekatama Cipta;
- Melakukan wawancara dengan HRD PT Sakti Rekatama Cipta;
- Konfirmasi mengenai penerimaan untuk melakukan praktik kerja magang di PT Sakti Rekatama Cipta (Virtualevent.id);
- Mengajukan KM-01 (Formulir Kerja Magang) dengan melampirkan transkrip nilai dan bukti pengambilan mata kuliah Internship melalui google form yang telah disediakan;
- Memperoleh KM-02 (Surat Pengantar Kerja Magang) dari Universitas Multimedia Nusantara untuk diteruskan kepada PT Sakti Rekatama Cipta;
- Mengunduh dan mengisi KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Kehadiran Kerja Magang), formulir KM-05 (Laporan Realisasi Kerja Magang), formulir KM-06 (Penilaian Kerja Magang), dan formulir KM-07 (Lembar Verifikasi Laporan Magang) pada my.umn.ac.id.

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis didampingi oleh Nana Rukmana selaku pembimbing magang di lapangan yang merupakan *Assistant Manager* dari *Virtualevent.id*.

Seusai menjalani periode kerja magang di PT Sakti Rekatama Cipta, penulis menyusun laporan magang sebagai bukti praktik kerja magang yang telah dilakukan selama enam puluh enam (66) hari kerja. Setelah semua persyaratan kerja magang terpenuhi, penulis akan mempertanggungjawabkan laporan magang pada sidang magang.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA