

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Proses kerja magang diarahkan dan dibimbing langsung oleh Michelle Stefani Thio selaku *Event Marketing Specialist* PergiKuliner yang berwenang dalam menjalankan program *Pop Up Festival by PergiKuliner* yang menargetkan kampus, kantor dan *open space* di sekitar Jabodetabek.

Selama proses kerja magang *Event Marketing* rutin dalam mencari *tenant* untuk bekerjasama pada setiap *event* yang akan berjalan. Selain itu, *Event Marketing* juga akan menjadi *PIC* untuk masing-masing *tenant* yang berhasil diajak bekerjasama. Berkomunikasi dengan *tenant* yang menginformasikan seluruh kegiatan dan keperluan acara. Selain itu, *Event Marketing* juga aktif dalam melakukan *brainstorming* terkait kegiatan yang akan dilaksanakan pada saat *event* dan melakukan pematangan persiapan *event*.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama berlangsungnya proses kerja magang dalam 800 jam, berbagai eksekusi pekerjaan telah dilakukan. Praktisi *Event Marketing* melakukan pencarian *tenant*, mengajukan penawaran kerjasama, menjelaskan *detail* acara kepada calon *tenant*, dan menjaga hubungan baik dengan *tenant*. Seorang *Event Marketing* harus komunikatif untuk mendukung kelancaran penyampaian informasi kepada *tenant* dan berujung dengan kepuasan *tenant* untuk bekerjasama dengan PergiKuliner kembali di kemudian hari.

Selain itu, dibutuhkan *skill creative and critical thinking* untuk menciptakan ide dapromosi kreatif dalam meningkatkan daya kunjung dan daya beli *customer*. *Creative Thinking* adalah *skill* yang sangat dibutuhkan dalam dunia kerja dimana kemampuan ini sangat membantu untuk berpikir logis, analitis, sistematis dan kreatif. (Santia, 2015) Hal tersebut menjadi salah satu tugas dari *Event Marketing* untuk membuat aktivitas-aktivitas promosi seperti membagikan *voucher* potongan

harga yang dikemas dalam kegiatan yang lebih menarik. Di samping itu, tidak menutup kemungkinan seorang *Event Marketing* sebagai *PIC tenant* mendapatkan keluhan dari *tenant* yang bekerjasama, sehingga seorang *Event Marketing* juga memerlukan *skill critical thinking* dan *problem solving* agar dapat berfikir kritis, melihat berbagai perspektif dan mencari solusi penyelesaian masalah dengan cepat dan tanggap (Wicaksono, 2023). Keduanya dibutuhkan untuk menyelesaikan dan mengurangi masalah-masalah yang timbul di lapangan.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Event Marketing* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tugas Utama *Event Marketing Intern*

Membantu <i>PIC Event tenant</i> (Mencari <i>tenant</i>)	Mencari dan menghubungi <i>tenant</i> atau pihak eksternal yang bersangkutan untuk mengajukan penawaran kerjasama <i>event</i> melalui <i>DM Instagram</i> , <i>WhatsApp</i> dan <i>Email</i> . Bantu mengkomunikasikan tujuan kerjasama dan teknis kerjasama serta menjawab seluruh pertanyaan dari pihak terkait.
<i>Brainstorming</i>	Melakukan <i>meeting</i> tim <i>Pop Up Festival</i> untuk <i>update event</i> dan <i>brainstorming</i> terkait kegiatan dan teknis yang akan dilakukan pada saat <i>event</i> berlangsung.
<i>In Charge</i>	Menjadi panitia atau <i>crew</i> pada saat <i>event</i> berlangsung. Bertugas untuk memastikan <i>event</i> dan setiap kegiatan berjalan dengan baik dan memastikan setiap <i>tenant</i> sudah berjualan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan panitia. Selain itu juga bertugas dalam mengarahkan <i>tenant</i> atau <i>customer</i> dan membantu menyebarkan informasi.
<i>Content Making</i>	Membuat konten <i>visit coupon</i> dengan mengunjungi beberapa resto terpilih, membuat konten video dan <i>review</i> pada aplikasi <i>PergiKuliner</i>
<i>Complain Handling</i>	Menangani komplain <i>tenant</i> yang masuk, meneruskannya kepada <i>PIC</i> dan <i>Supervisor</i> .

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah tugas utama yang dilakukan oleh *Event Marketing* PergiKuliner pada aktivitas kerja magang. Pada saat *onboarding* setiap karyawan diminta untuk melakukan riset mengenai *website* dan aplikasi PergiKuliner. Mencatat setiap kegunaan dari *tools* yang ada pada *website* dan aplikasi. Setelah itu barulah masuk pada tugas utama atau *daily task* dari seorang *Event Marketing* di PergiKuliner serta diberikan sedikit arahan mengenai *job desc*. Proses *onboarding* adalah proses pengenalan lingkungan kerja kepada karyawan baru atau masa *training* untuk membantu karyawan baru menyesuaikan diri dengan lingkungan dan tugas kerja. (Lutfi, 2023)

Peserta magang ditempatkan bersama dengan Tim pop uBerbeda dari tim lainnya, *Pop Up Festival* adalah tim baru di aktivasi luring penyelenggaraan acara PergiKuliner. Bedanya, *Pop Up Festival* membawa inovasi baru bagi penyelenggaraan *event* PergiKuliner dengan mengajak *tenant multi product* untuk berpartisipasi. *Tenant* adalah orang atau organisasi yang melakukan penyewaan terhadap sebuah *property* atau barang dalam jangka waktu dan harga tertentu kepada sebuah lembaga atau penyewa melalui sebuah kesepakatan (Fikriansyah, 2023). Sebelumnya, acara yang diselenggarakan PergiKuliner hanya berpaku pada festival kuliner saja. Selain itu, tim *Pop Up Festival* adalah tim pertama yang menjangkau sekolah-sekolah dan kantor-kantor di wilayah JaBoDeTaBek. Serta tim *Pop Up Festival* tidak menawarkan *revenue sharing* kepada para *tenant*, sistem yang ditawarkan hanya sewa *space*.

Event Marketing memiliki tugas untuk mencari dan mengajak *tenant* untuk berpartisipasi pada *event* yang akan diselenggarakan. Pencarian *tenant* biasa dilakukan melalui media sosial Instagram. Setelah itu, *event marketing* akan menghubungi calon *tenant* melalui *Direct Message* Instagram untuk menanyakan ketertarikan dan kontak *PIC Event tenant*. Setelah dibalas oleh calon *tenant* dan diberikan kontak *PIC*. Maka, *event marketing* akan mengirimkan proposal penawaran melalui WhatsApp dan berdiskusi lebih lanjut melalui platform

WhatsApp. Selain Instagram dan WhatsApp, tidak menutup kemungkinan untuk berdiskusi dengan calon *tenant* melalui Email. Disini peran komunikasi *interpersonal* menjadi sangat penting. Dikatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang digunakan kebanyakan orang dengan berbagai cara dan tujuan komunikasi itu sendiri. Terdapat beberapa unsur didalamnya yaitu *source-receiver, encoding-decoding, message, channel, feedback* dan *noise*. (DeVito, 2016). Pada penerapannya, *event marketing* juga bertindak sebagai *tenant relation* yang memiliki tanggung jawab untuk menjaga hubungan baik antara manajemen dan *tenant* dengan bertindak sebagai komunikator untuk membantu kedua belah pihak dalam mencapai tujuan yang diharapkan. (Permanasari, 2021)

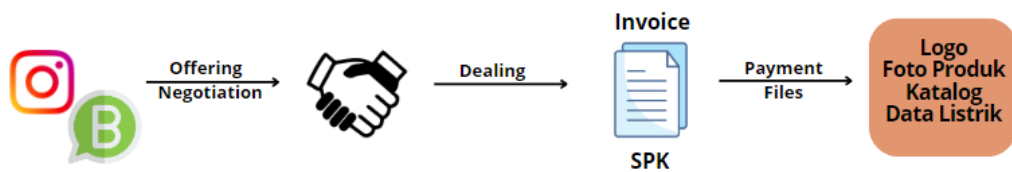
Setiap *tenant* yang sudah di *approach*, dimasukan kedaftar *list tenant* pada Google Sheets tim *Pop Up Festival*. *List* tersebut akan dijadikan *database* tim untuk mempermudah pencarian *tenant* berkelanjutan dan membuat pengelolaan data menjadi lebih efisien (Yudhistira, 2022).

1	PIC	NO	NAMA TENANT	JENIS PRODUK	LINK INSTAGRAM	DM	WA	KETERANGAN
3980	Ike	120	Smuky	Snack & Drink	https://www.instagram.com/smuky_official/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	menunggu respon
3981	Ike	121	hydrococo	minuman	https://www.instagram.com/hydrococo_id/	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3982	Ike	122	Avocado Lovers	juice	https://www.instagram.com/avocadoloversid/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	menunggu respon
3983	Ike	123	kopi gadjah	minuman	https://www.instagram.com/kopi.gadjah/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	menunggu respon
3984	Ike	124	kopi kapal api	minuman	https://www.instagram.com/kapalapi_id/	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3985	Ike	125	Crave much	korean cake snack	https://www.instagram.com/cravemuch_id/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	menunggu respon
3986	Ike	126	Dimsum Mental Jakarta	Dimsum	https://www.instagram.com/cheocustrie/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Review
3987	Ike	127	Sabak Mamang Rafesi	Seblak	https://www.instagram.com/seblakmamangrafesi/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	menunggu respon
3988	Ike	128	energen	susu	https://www.instagram.com/energen_id/	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	menunggu respon
3989	Ike	129	ikang tebu	tebu	https://www.instagram.com/ikangtebu.id/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Ditolak
3990	Ike	130	Rujak Encim	Rujak	https://www.instagram.com/rujakencim/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Ditolak
3991	Ike	131	ketan susu kemayoran 1958	susu	https://www.instagram.com/retansusukemayoran1958/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Ditolak
3992	Ike	132	Kue Pancong Lumer	kue	https://www.instagram.com/pocong.pancong/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Ditolak
3993	Ike	133	Lumpia Rebung 99 Semarang	lumpia	https://www.instagram.com/lunpia99semarang/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	menunggu respon
3994	Ike	134	Taci gejrot QQ	Tahu	https://www.instagram.com/taci.gejrot.qq/	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3995	Ike	135	Es Durian Iko Ganthyo	es durian	https://www.instagram.com/ikogantinyo86/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	menunggu respon
3996	Ike	136	Gado-gado Gang Kancil	Gado-gado	https://www.instagram.com/gadogado_gangkancil/	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	menunggu respon
3997	Ike	137	Roti Gembong gembul	Roti	https://www.instagram.com/rotigembonggembul.id/	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	menunggu respon
3998	Ike	138	Pisang Lumer	Pisang	https://www.instagram.com/pisanglumerofficial/	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	menunggu respon
3999	Ike	139	Gulali Jakarta	sweet	https://www.instagram.com/gulalijakarta/	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	menunggu respon
4000	Ike	140	Bro Kibhan	multibrand feb	https://www.instagram.com/bro.kibhan/	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	menunggu respon

Gambar 3.1 Database Tim Pop Up Festival
Sumber: Data Tim Pop Up Festival

Pada saat diskusi, tidak menutup kemungkinan adanya negosiasi harga oleh calon *tenant*. Setiap negosiasi yang diajukan *tenant*, harus diinformasikan kepada *supervisor* atau *event specialist* agar dapat dipertimbangkan dengan baik. Jika calon *tenant* tertarik untuk berpartisipasi dalam *event* yang ditawarkan dan sudah mencapai kesepakatan, maka *event marketing* yang menghubungi akan menjadi *PIC* dari *tenant* yang sudah *deal*. *Event marketing* akan melakukan *follow up* untuk pembayaran *tenant*, mengirimkan *invoice* dan *SPK*, dan mengumpulkan beberapa

data *tenant* seperti logo, data listrik, data barang elektronik, foto produk dan menu yang akan dijual pada saat *event*, serta memastikan semua data tersebut sudah benar. Pada saat berhubungan dengan *tenant* atau pada saat merepresentasikan perusahaan, tentunya seorang *event marketing* harus menjaga etika komunikasi yang baik, menghormati lawan bicara dan memberikan pelayanan terbaik agar hubungan terjalin dengan baik. (Courtland L & John V. Thill., 2018)



Gambar 3.2 Tahap *Approaching* Hingga Pasca *Dealing*
 Sumber: Data Tim Pop Up Festival

Tabel 3.2 *Event Pop Up Festival* tahun 2023

Event	Rencana Tanggal	Tanggal Berjalan	Keterangan
Menara Mandiri 1	7 - 11 Agustus 2023	7 - 11 Agustus 2023	Sesuai rencana
Menara Tendean	4 - 8 September 2023	18 – 22 September 2023	<i>Postponed</i> karena waktu yang mepet
Binus Anggrek	18 – 22 September 2023	18 – 22 September 2023	Sesuai rencana
Chillax	29 Sept – 2 Oct 2023	29 Sept – 2 Oct 2023	Sesuai rencana
Menara Mandiri 2	30 Okt – 3 Nov 2023	30 Okt – 3 Nov 2023	Sesuai rencana
Tokyo Hub	9 – 12 November 2023	9 – 12 November 2023	Sesuai rencana
Menara Jamsostek	20 – 24 November 2023	20 – 24 November 2023	Sesuai rencana
Unify	25 November 2023	25 November 2023	Sesuai rencana
South 78	28 Sept – 1 Okt 2023	15 – 17 Desember 2023	<i>Postponed</i> karena kondisi venue kurang memungkinkan
Centennial Tower	4 – 8 Desember 2023	18 – 22 Desember 2023	<i>Postponed</i> karena waktu yang mepet

Sumber: Data tim *Pop Up Festival*

Dalam satu bulan, setiap tim *event marketing* termasuk tim *Pop Up Festival* dapat menyelenggarakan dua hingga empat *event*. Sehingga, proses pencarian *tenant* juga diadakan terus menerus. *Event* pertama tim *Pop Up Festival* diadakan pada 7-11 Agustus 2023 di Menara Mandiri, SCBD, Jakarta Selatan. *Event* ini juga dikenal dengan sebutan *Pop Up Festival Goes to Office*. Pada *Pop Up Festival* Menara Mandiri, tim *event marketing* berhasil mengajak total 59 *tenant* terdiri dari 21 *tenant multi product* dan 38 *tenant F&B*. Peserta magang sendiri berhasil mencapai kerjasama dengan 5 *tenant* di minggu ketiga-nya bergabung di PergiKuliner.

Pada tanggal 26 Juli 2023 berhasil mencapai kesepakatan dengan Es Krim Uncle, pada tanggal 27 Juli berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* Minimoo, pada tanggal 2 Agustus 2023 berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* Mochi Coffee Co, pada tanggal 5 Agustus berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* SAKA Jewelry dan Kudapan Haji Didik.

Seminggu sebelum *event* dilaksanakan, terdapat *online technical meeting* melalui *Google Meet* yang harus dihadiri oleh semua *tenant*. Pada *technical meeting* ini akan membahas peraturan-peraturan yang diberlakukan oleh penyelenggara dan *venue* dan harus diikuti oleh seluruh *tenant*. Seperti, tidak boleh terlambat, jika terlambat akan ada konsekuensinya. Tidak boleh menggunakan gas LPG dan lain sebagainya.

PIC	No. Booth	Nama Tenant	Jenis makanan	Link Instagram	Link PergiKuliner	Status Pembayaran
Ike	T4	Kudapan Haji Didik	Jajanan pasar	https://www.instagram.com/		
Ike	H3	Minimoo	Dessert	https://www.instagram.com/		
Ike	H10	Ice Cream Uncle	Ice Cream Singapore	https://www.instagram.com/		
Ike	H13	Saka Jewelry	Jewelry			
Ike	H14	Mochi Coffee Co	Snack & Nasi	https://www.instagram.com/	https://pergikuliner.com/	

Gambar 3.3 *Tenant* Eunique pada Menara Mandiri 1
Sumber: Data Tim *Pop Up Festival*

Selain itu, pada beberapa *venue*, penyelenggara dapat mengajukan *member* parkir untuk *tenant*. Menara Mandiri termasuk salah satu *venue* yang dimaksud. Sehingga, tim *event marketing* juga bertugas untuk mendata setiap *tenant* yang berkenan untuk mengajukan *member* parkir tersebut. Lalu, *event marketing* juga

bertugas untuk memastikan penggunaan listrik *tenant* tidak lebih dari yang panitia sediakan (440 watt/2 Ampere), karena jika lebih dapat menyebabkan turun listrik pada saat *event*. Tetapi, penyelenggara menawarkan penambahan listrik di setiap *event*-nya dengan nominal yang berbeda-beda, untuk di Menara Mandiri ada penambahan sebesar Rp 850,- / watt.

Tim *event marketing* juga akan mengadakan rapat tim untuk *update* dan *brainstorming* dari *event* yang akan dilaksanakan. *Event Marketing* adalah tentang memfasilitasi, memudahkan, dan memperpendek siklus penjualan dimana perlu adanya aktivitas kreatif seperti materi promosi dan kegiatan promosi untuk menunjang penjualan (Saget, 2012). Dalam setiap penyelenggaraan *event*, terdapat aktivitas promosi untuk menunjang *customer buying* dan mengundang *crowd*. *Brainstorming* dilakukan untuk menggali dan menemukan ide atau solusi terhadap sebuah permasalahan (Janitra, 2022), ini adalah salah satu tugas dari *event marketing* untuk menciptakan ide-ide promosi semenarik mungkin agar objektif dapat tercapai. Pada *event* Menara Mandiri terdapat beberapa aktivitas yang dilaksanakan diantaranya *8.8 Flash Sale*, *Happy Hour*, dan *Giveaway Merchandise*.

Giveaway Merchandise adalah aktivitas yang berjalan setiap hari dimana penyelenggara akan memberikan *free lucky dip* untuk *customer* yang belanja lebih dari Rp 350.000,- berlaku untuk gabungan transaksi. *Free lucky dip* atau undian dengan hadiah pulpen, *notebook*, kipas tangan, *e-money*, *tumbler* dan botol. *8.8 Flash Sale* adalah aktivitas yang dilakukan khusus pada tanggal 8 Agustus dimana penyelenggara mengajak *tenant* untuk memberikan potongan harga pada beberapa produk yang dijual. Besar potongan harga dapat ditentukan secara bebas oleh masing-masing *tenant*. Terdapat beberapa jadwal *flash sale* dalam sehari yang diikuti oleh seluruh *tenant* secara bergantian. Terakhir, *Happy Hour* adalah aktivitas yang berjalan dari tanggal 9-11 Agustus dimana penyelenggara bagi-bagi *voucher discount up to 50% max Rp100.000,-* kepada para pengunjung secara cuma-cuma menggunakan *bowl* undian.



Gambar 3.4 Dokumentasi kegiatan *Giveaway Merchandise*

Dengan adanya aktivitas yang melibatkan *tenant*, maka tugas *event marketing* sebagai *PIC* adalah menginformasikan se jelas-jelasnya kepada *tenant* mengenai aktivitas yang ada. Seperti pada 8.8 *Flash Sale*, *event marketing* memberikan template *excel* yang akan diisi dengan *list* menu yang diikutsertakan pada *flash sale* dan nominal harganya. Lalu, pada aktivitas *Happy Hour*, *event marketing* menginformasikan mengenai penggunaan *voucher* oleh pengunjung yang nantinya akan di *reimburse* oleh PergiKuliner sesuai dengan nominal maksimal pada *voucher* di H+3 *event*.

Sebelum *event* berjalan, *event marketing* yang akan bertugas sebagai panitia diminta untuk membantu mempersiapkan kebutuhan acaranya khususnya untuk setiap aktivitas yang akan dilaksanakan nanti. Seperti mempersiapkan merchandise dan lucky deep. Setiap H-1 *event*, akan ada pengerjaan kontraktor listrik dan *loading* barang *tenant*. *Event Marketing* bertugas untuk menginformasikan jadwal *loading*, barang, surat *loading* dan cara untuk *loading* kepada *tenant* dengan se jelas-jelasnya. Biasanya panitia yang bertugas pada saat *loading* adalah *PIC event* sehingga setiap ada *request* dari *tenant*, *event marketing* bertugas untuk menyampaikannya kepada *PIC event*.



Gambar 3.5 Dokumentasi *Event Menara Mandiri 1*

Pada Hari-H *event. Event Marketing Pop Up Festival* akan bertugas sebagai panitia atau *crew* yang berkeliling untuk memastikan *event* berjalan dengan baik. Pada saat *event*, tentunya akan banyak kondisi tidak terduga terjadi. Seperti halnya pada saat *Event Menara Mandiri* berjalan, terdapat beberapa komplain dari *tenant*. Komplain dapat diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan terhadap suatu hal (Tjiptono, 2018). Beberapa komplain yang didapatkan panitia yakni tata letak yang kurang strategis dimana terdapat dua *tenant* yang menjual produk sejenis ditempatkan bersebelahan, komplain mengenai *tenant* yang menghalangi *space tenant* lain, komplain mengenai *crowd* yang kurang ramai dan lain sebagainya. Tugas *event marketing* adalah mendengarkan dan menjelaskan serta berusaha untuk mencari solusi atau jalan keluar dari permasalahan yang ada. Ketika mendengar sebuah komplain atau terdapat masalah yang sekiranya akan merugikan *tenant*, maka tim harus tanggap dan sesegera mungkin menyelesaikan masalah tersebut. Kesegeraan adalah kunci dari penanganan krisis (Puspitasari, 2016)

Pada hari pertama *event* Menara Mandiri berjalan, peserta magang diminta untuk hadir pukul 08.00 untuk mempersiapkan segala keperluan *event* termasuk *setting booth* PergiKuliner. Setelah itu, pada pukul 11.00 peserta magang diminta untuk membantu menyebarkan *flyer* di beberapa titik gedung kantor. Selain itu, peserta magang juga turut membantu menjalankan aktivitas khususnya *giveaway merchandise* dengan melayani *customer* yang datang ke *booth* PergiKuliner untuk mengambil undian. Di siang hari, panitia secara bergantian membeli makan siang yang di *cover* oleh perusahaan agar tetap ada panitia yang *incharge* di *booth* PergiKuliner. Setelah *event* tutup pada pukul 18.00 seluruh panitia yang terlibat melakukan evaluasi hari pertama acara.

Pada hari kedua, tepatnya tanggal 8 Agustus. Peserta magang diminta kembali untuk menyebarkan *flyer* di beberapa titik gedung kantor. Setelah itu, seluruh panitia diarahkan untuk membantu aktivitas *8.8 Flash Sale* dengan menginformasikan kepada *tenant-tenant* yang akan melakukan *flash sale* pada masing-masing jam yang sudah ditentukan, serta memberikan tanda *flash sale* di *booth tenant* agar *customer* tahu *tenant-tenant* yang sedang menjalankan *flash sale*. Sebelum jam 18.00, panitia bertugas untuk berkeliling ke *tenant-tenant* untuk menginformasikan mekanisme aktivitas *happy hour* yang akan dilaksanakan dari tanggal 9-11 Agustus.

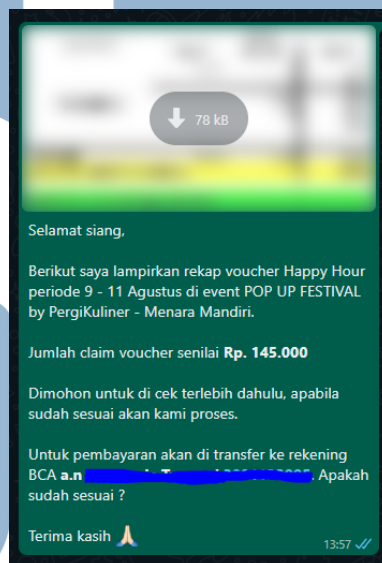
Di hari ketiga dan kelima, peserta magang dijadwalkan untuk *work from home*. Tugas peserta magang ketika *work from home* adalah mengerjakan *daily task* yaitu mencari tenant untuk *event* selanjutnya yang akan diadakan di Menara Tendean, Kuningan.

Pada hari keempat, peserta magang kembali *incharge* pada *event* Menara Mandiri. Peserta magang diberikan tugas untuk menjalankan aktivitas *giveaway merchandise* dengan melayani *customer* yang ingin klaim undian dan menjalankan aktivitas *happy hour*. Ternyata, banyak sekali pengunjung yang belum tahu banyak mengenai aktivitas yang berjalan. Sehingga, panitia harus mendatangi pengunjung

untuk menawarkan undian *happy hours* atau menginformasikan secara langsung mengenai aktivitas *giveaway merchandise*.

Pada hari terakhir event, peserta magang tidak incharge karena dijadwalkan untuk *work from home*. Tetapi, peserta magang tetap membantu mengarahkan tenant untuk *loading out* dari *venue* dan memberikan surat *loading out* kepada *tenant*.

Setelah *event* selesai, *PIC event* akan mengakumulasikan *voucher* potongan harga yang masuk ke setiap tenant untuk di *redeem* ke *tenant* terkait. Setelah itu setiap *event marketing* yang menjadi *PIC tenant* akan menanyakan rekening tujuan *transfer* kepada *tenant* dan mengirimkan pesan konfirmasi berupa nominal *claim voucher* yang didapatkan oleh *tenant*. Jika sudah terkonfirmasi, maka tim *finance* akan langsung melakukan *transfer* dana ke rekening *tenant*.



Gambar 3.6 Follow Up Voucher Tenant

Setelah itu, diadakan juga evaluasi *event* Menara Mandiri sebagai *event POP UP FESTIVAL* pertama bersama dengan *owner* dari PergiKuliner. Beberapa evaluasi yang ada diantaranya komplain *tenant* mengenai tata letak *booth* yang seharusnya memang tidak boleh berdekatan antar *tenant* dengan produk sejenis dan *tenant-tenant* yang dianggap bermasalah, evaluasi informasi aktivitas yang kurang tersampaikan kepada pengunjung, evaluasi jumlah *traffic* yang semakin menurun

setiap harinya, dan lain sebagainya. Harapannya, evaluasi ini dapat menjadi pembelajaran dan dapat diingat untuk menjalankan *event-event* selanjutnya.

Setelah *Event Pop Up Festival Goes to Menara Mandiri* selesai dilaksanakan, seluruh *event marketing* bergegas untuk melanjutkan progress event berikutnya yang akan diadakan di gedung perkantoran Menara Tendea, Kuningan dan Binus Anggrek, Palmerah. Mulanya, *event* Menara Tendea ingin dilaksanakan pada akhir bulan Agustus. Tetapi melihat waktu persiapan yang sangat singkat, *event* Menara Tendea diundur ke-pertengahan bulan September bersamaan dengan *event* Binus Anggrek. Kedua acara ini dilaksanakan secara bersamaan pada tanggal 18 September - 22 September 2023.

Pada kedua event ini, peserta magang berhasil mengajak masing-masing 1 *tenant* untuk berpartisipasi. Pada tanggal 9 September 2023 peserta magang berhasil mengajak *tenant* Skyeearth Specialitea untuk bergabung pada *event* Menara Tendea dan pada tanggal 14 Agustus berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* Mochi Coffee Co untuk *event* Binus.

Ketika *Event* Menara Tendea diputuskan untuk diundur, *Head* dari *Pop Up Festival* menginformasikan bahwa akan ada *event* di South 78 dari tanggal 28 September - 1 Oktober 2023 yang bertemakan *Myeongdong Street Market*. Peserta magang diminta untuk fokus mencari *tenant* untuk acara acara tersebut sehingga tidak lagi mencari *tenant* untuk *event* Menara Tendea dan Binus Anggrek. Selain mencari tenant, peserta magang juga diminta untuk mencari akun *paid promote* atau akun media *K-POP* di instagram untuk mempromosikan *event* dan aktivitas *noraebang* yang akan berlangsung pada saat *event* nanti.

Sama seperti sebelumnya, mendekati hari event Tim *Pop Up Festival* akan mengadakan rapat *update* dan rapat persiapan serta *online technical meeting* dengan para tenant. Setiap anggota tim *Pop Up Festival* dijadwalkan untuk *in charge* pada kedua *event*. Peserta magang dijadwalkan untuk *in charge* pada *Event* Binus Anggrek. Pada saat *In Charge*, peserta magang diminta untuk membantu membuat report keadaan *event*, membantu *content creator* pada saat pembuatan konten, dan

membantu menjalankan aktivitas khususnya *giveaway merchandise*. Selain itu, di waktu luang peserta magang diminta untuk tetap mencari *tenant* untuk *event* selanjutnya. Tetapi, *event Myeongdong Street Market* terpaksa dibatalkan karena melihat situasi *venue* yang kurang memadai sehingga sangat berisiko untuk penyelenggara dan para *tenant* yang akan bergabung. Sehingga, peserta magang diminta untuk beralih mencari *tenant* untuk *event Pop Up Festival* yang diadakan di Chillax, Sudirman yang diadakan di waktu yang sama dengan *Myeongdong Street Market* yaitu pada 28 September - 1 Oktober 2023.

Event Menara Tende dan Binus Anggrek berakhir dengan sangat memuaskan. Baik dari karyawan Menara Tende dan Mahasiswa Binus Anggrek terlihat antusias menyambut acara tersebut. Setelah *event* berakhir maka seperti sebelumnya, *PIC* akan menghitung nominal *voucher* yang diperoleh *tenant* dan setiap *PIC event marketing* bertugas untuk mengirimkan konfirmasi pembayaran kepada setiap *tenant*.



Gambar 3.7 Dokumentasi Situasi *Event* Binus Anggrek

Selama dua minggu penuh, seluruh tim *event marketing Pop Up Festival* diminta untuk fokus mencari *tenant* untuk *event Chillax* karena masih ada beberapa *space* yang kosong. Peserta magang berhasil mengajak total 6 *tenant* untuk berpartisipasi di acara ini. Pada tanggal 13 September berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant Kikat x Kivalia* yang merupakan *tenant* pindahan dari South78, pada tanggal 14 September berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant Sweet Manami*, pada tanggal 20 September 2023 berhasil mencapai kesepakatan

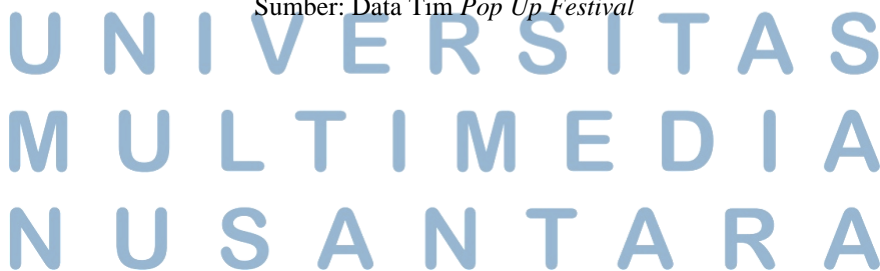
dengan *tenant* Crumble Rumble an Oily Drop, pada tanggal 21 September berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* Honeybear Bakery, pada tanggal 22 September berhasil mencapai kesepakatan dengan Keboen Loji.

Pada prosesnya, peserta magang sempat mengalami masalah karena keliru saat memberikan informasi ke salah satu *tenant*, setelah masalah diselesaikan dengan baik, ternyata *tenant* tersebut ada kebutuhan mendesak sehingga ingin mengundurkan diri dari acara.

Selain mencari *tenant*, peserta magang diminta untuk menjadi admin pendaftaran acara *noraebang*. Mendata nama dan nomor telepon pendaftar, memberikan informasi seputar *event* dan menjawab setiap pertanyaan pendaftar. Peserta magang juga diminta untuk memproses materi paid promote ke akun-akun yang sudah dikumpulkan sebelumnya dari *event South 78*. *Event* berjalan diluar ekspektasi tim. Pada hari Sabtu sebelum acara *noraebang*, peserta magang *stand by* di *booth* PergiKuliner untuk bantu registrasi ulang peserta *noraebang* dan memberikan *free merchandise* berupa kipas dan *photocard* kepada para pendaftar.

No	Nama Media	Followers	Rate IG	Keterangan
1	Bababab	21.7K	Rp400.000	Rp500.000
2	adriantio	14.7K	FREE	hadiah food
3	DM Team - Big Family	5.9K	Rp110.000	Rp200.000
4	ERDO Asia	15K	Rp110.000	Rp200.000
5	Jeffrey Chaney	776	Rp10.000	Rp200.000
6	Samia Sani MP3	2.9K	Rp200.000	Rp300.000
7	Siham Kona	44.4K	Rp100.000	Rp100.000
8	Alisa	109.7K	Rp300.000	Rp300.000
9	Handika	191.0K	Rp300.000	Rp300.000
10	Jayadilla	15.737	Rp300.000	Rp300.000
11	Goodhand	87.20K	Rp300.000	Rp300.000
12	Jeffrey Jajang	1.1K	Rp200.000	Rp300.000
13	Pradita Rani	1.1K	Rp200.000	Rp300.000
14	Fitri Cahya	1.1K	Rp150.000	Rp200.000
15	Reza Nurhan	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
16	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
17	NCT support	2.9K	Rp200.000	Rp200.000
18	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
19	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
20	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
21	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
22	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
23	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
24	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
25	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
26	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
27	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
28	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
29	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
30	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
31	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
32	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
33	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
34	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
35	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
36	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
37	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
38	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
39	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
40	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
41	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
42	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
43	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
44	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
45	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
46	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
47	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
48	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
49	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
50	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
51	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
52	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
53	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
54	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
55	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
56	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
57	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
58	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
59	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
60	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
61	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
62	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
63	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
64	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
65	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
66	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
67	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
68	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
69	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
70	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
71	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
72	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
73	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
74	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
75	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
76	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
77	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
78	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
79	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
80	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
81	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
82	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
83	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
84	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
85	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
86	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
87	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
88	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
89	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
90	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
91	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
92	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
93	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
94	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
95	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
96	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
97	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
98	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
99	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000
100	Arifandiana	1.2K	Rp140.000	Rp200.000

Gambar 3.8 Data Research Media & Paid Promote Account
Sumber: Data Tim Pop Up Festival





Gambar 3.9 Free Merchandise pada Event Chillax



Gambar 3.10 Dokumentasi Situasi Noraebang Activity di Chillax

Pada *event* juga terdapat beberapa aktivitas yang membutuhkan interaksi antara PergiKuliner dengan pengunjung salah satunya adalah *Spicy Eating Challenge*, Peserta magang membantu mencari peserta yang berminat menerima *Challenge* dari PergiKuliner dan membantu memandu kegiatan menjadi *Master of Ceremony* yang memiliki tugas untuk memandu jalannya acara dari awal hingga berakhir dengan baik, teratur dan menarik serta dapat menciptakan hubungan interaksi dengan para hadirin. (Artisdyanti & Putri, 2023)

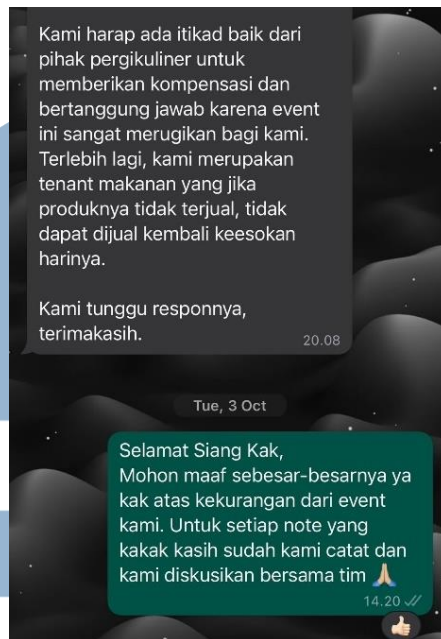


Gambar 3.11 Dokumentasi MC pada aktivitas *Event Chillax*



Gambar 3.12 Dokumentasi *Event Chillax*

Karena jatuh pada *long weekend* jadi kondisi *event* cukup sepi sehingga ada beberapa *tenant* yang mengajukan komplain ke panitia. Pada akhir *event*, peserta magang mendapatkan komplain *tenant* yang cukup mengguncang tim sehingga *supervisor* tim turut turun tangan untuk menyelesaikan masalah dengan rekonsiliasi *online* melalui *Google Meet*. *Tenant A* merasa bahwa *event* tidak di *organize* dengan baik sehingga sepi dan tidak sesuai dengan tema. Maka, *supervisor* menjelaskan serinci mungkin mengenai upaya-upaya yang sudah dilakukan tim terhadap *event* tersebut dan masalah terselesaikan.



Gambar 3.13 Komplain *Tenant Event Chillax*

Beriringan dengan penyelenggaraan, penyelesaian masalah dan recap *event Chillax*, peserta magang diminta untuk membantu mencari tenant pada *event Menara Mandiri SCBD* yang ke-2 pada tanggal 30 Oktober - 3 November 2023. Pada *event* ini, peserta magang berhasil mendapatkan 5 *tenant* dengan total 7 *space* terjual. Pada tanggal 25 September berhasil mencapai kesepakatan dengan *Es Krim Uncle*, pada 28 September berhasil mencapai kesepakatan kerjasama dengan tenant 100 Panda, pada 8 Oktober berhasil mencapai kesepakatan dengan *Honest Food* dan *Roasteria*, pada 11 Oktober berhasil mencapai kesepakatan dengan tenant *Eat Went Well*, pada 20 Oktober berhasil mencapai kesepakatan dengan *Watch World* dan *SOF'T*.

Per-tanggal 9 Oktober 2023 peserta magang diminta membantu *PIC* lain mencari tenant untuk *event Festival Jajanan Glodok* yang akan diselenggarakan di Tokyo Hub PIK 2 pada 9-12 November 2023. Maka, peserta magang tidak lagi fokus mencari *tenant* untuk *event Menara Mandiri 2* hanya melanjutkan diskusi dengan *tenant* yang sebelumnya sudah dihubungi dan tertarik dengan penawarannya. Tetapi, peserta magang tetap menjadi *PIC* dari *tenant-tenant* yang sudah *deal* dimana bertanggung jawab menjadi perantara antara *tenant-tenant* dan

PergiKuliner dalam menyebarkan seluruh informasi berupa *technical meeting*, surat *loading*, info *voucher* dan lain sebagainya.

Pada *event* Festival Jajanan Glodok, peserta magang berhasil mendapatkan partisipasi dari 6 tenant. Pada tanggal 12 berhasil mencapai kesepakatan dengan *Pancake Durian Aroma Medan*, pada tanggal 17 Oktober 2023 berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* Hu Jiao Bao, pada tanggal 19 Oktober berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* Momochidong, pada tanggal 21 Oktober berhasil mencapai kesepakatan dengan Jau Snack, pada tanggal 1 November berhasil mencapai kesepakatan dengan Otak-Otak Jakarta, pada tanggal 3 November berhasil mencapai kesepakatan dengan Mambi. H-1 *loading*, Hu Jiao Bao mengundurkan diri dari *event* karena terdapat masalah internal. Sehingga total tenant yang dipegang peserta magang pada *event* tersebut berjalan 5 *tenant*.

Pada tanggal 17 Oktober, peserta magang diminta untuk mengalihkan bantuan ke *event* kolaborasi antara UNIFY (UMN Festival) dengan PergiKuliner. Sehingga pada saat tersebut, peserta magang fokus untuk mencari *tenant* UNIFY dan hanya sekedar melanjutkan diskusi dengan *tenant* Festival Jajanan Glodok yang tertarik dengan penawarannya.

Pada tanggal 23 Oktober peserta magang diminta untuk membantu *handle* kegiatan untuk *event* Festival Jajanan Glodok. Kegiatan ini harus dipenuhi untuk meningkatkan *traffic* pengunjung dari acara Festival Jajanan Glodok. Peserta magang diminta untuk mencari penyedia *workshop* dan *performance*. Jadi pada saat itu, peserta magang fokus untuk dua hal yaitu mencari *tenant* untuk *event* UNIFY dan mencari pengisi acara untuk meramaikan *event* Festival Jajanan Glodok. Dalam masa pencarian pengisi acara, peserta magang mendapatkan total 5 *workshop* dari Tutulo Ceramics, V Daily Beads, Amonibo, Bubblebliss, dan Najoe Studio serta total 3 *art performance* dari Kevin Music Studio, Popay Montessori dan Star Station dengan *rundown* sebagai berikut

Saturday, 11 November 2023		
WAKTU		ACARA
MULAI	SELESAI	
10.00	12.00	Workshop by Tutulo Ceramics
12.00	12.30	*break & preparation*
12.30	13.30	workshop V Daily Beads
13.30	14.00	*break & preparation*
14.00	15.00	Kevin Music Studio
15.00	15.30	Workshop Amonibo
15.30	17.00	

Gambar 3.14 Data Acara Event TokyoHub 11 November
Sumber: Data Tim Pop Up Festival

Sunday, 12 November 2023		
WAKTU		ACARA
MULAI	SELESAI	
10.00	11.30	Workshop Najoe Studio (Crochet)
11.30	12.00	*break & preparation*
12.00	13.30	Workshop Bubblebliss (sabun)
13.30	14.00	*break & preparation*
14.00	15.30	Popay Montessori
15.30	16.00	Eating Spicy Challenge
16.00	17.00	Star Station

Gambar 3.15 Data Acara Event TokyoHub 12 November
Sumber: Data Tim Pop Up Festival

Menjelang hari-h, peserta magang memastikan kepada seluruh pengisi acara mengenai jadwal, jumlah peserta, kebutuhan dan lain sebagainya. Selain itu, peserta magang juga melakukan *update* berkala kepada *supervisor*, *PIC* dan tim *venue* terkait acara yang akan diselenggarakan serta diskusi dengan venue terkait kebutuhan pengisi acara khususnya *sound system* panggung. Peserta magang juga membuat rincian penyelenggaraan acara, jenis dan PIC dalam bentuk google docs yang dikirimkan kepada pihak *venue* dan menjadi *handbook* untuk tim Festival Jajanan Glodok yang akan *in charge* pada hari-h. Peserta magang tidak dapat hadir pada hari-h karena harus mengikuti lomba Paduan Suara mewakili Universitas Multimedia Nusantara di *International Bandung Choral Festival*.

Pada tanggal 6 November sebelum peserta magang harus meninggalkan Jakarta, diadakan *meeting internal* tim Festival Jajanan Glodok untuk *handover* seluruh penyelenggaraan acara. Peserta magang melakukan *briefing* dan membagi PIC per kegiatan kepada rekan magang lain melalui *Google Meet*. Berikut *link handbook* yang dibuat oleh peserta magang

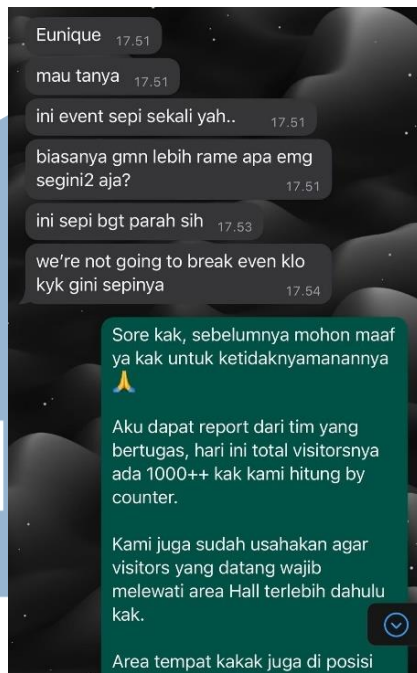
<http://bit.ly/HandbookActivityTokyoHub>. Pada *handbook* terdapat dokumentasi pengisi acara (*portfolio* acara), alat-alat yang dibutuhkan pengisi acara, pembagian PIC, *rundown* acara, *contact person* dan keterangan lainnya yang kemungkinan akan dibutuhkan pada saat acara berjalan.

Selain itu, menjelang hari-h ternyata terdapat beberapa *workshop* yang masih belum mendapatkan peserta dan hilang kabar sehingga *workshop* V Daily Beads dan Amonibo ditiadakan. Terlepas dari hal tersebut, acara tetap dapat dikatakan sukses karena membawa lebih dari 200 massa ke dalam *event*.

Kembali pada penyelenggaraan *event* Menara Mandiri 2, pada tanggal 1 November 2023. Peserta magang kembali mendapatkan komplain dari salah satu *tenant* karena *tenant* sepi pembeli. Dua hari berturut-turut peserta magang harus menghadapi komplain tenant dengan bantuan PIC dan *Supervisor*. Kondisi acara sebetulnya cukup ramai bahkan lebih ramai dari Menara Mandiri 1 tetapi memang *target market tenant* yang mungkin kurang sesuai dengan *event* Menara Mandiri 2 sehingga peserta magang dan tim PergiKuliner juga mencoba untuk menjelaskannya sebaik mungkin. Pada tanggal 2 November peserta magang *in charge* pada *event* Menara Mandiri 2, disana peserta magang membantu membagikan *flyer*, dokumentasi dan membantu jalannya aktivitas *happy hour*, memberikan informasi dan arahan kepada para peserta.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.16 Komplain *Tenant Event* Menara Mandiri 2



Gambar 3.17 Dokumentasi *Event* Menara Mandiri 2

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



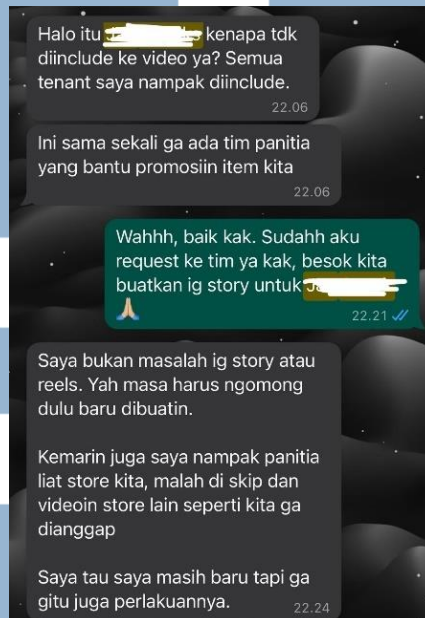
Gambar 3.18 Dokumentasi saat Membantu Kegiatan *Happy Hour*

Setelah *event* Menara Mandiri selesai dilaksanakan, seperti biasa *PIC* melakukan *recap voucher* dan peserta magang mengirimkan *recap* serta ucapan terimakasih dan bukti *transfer* kepada *tenant* yang menjadi tanggung jawab peserta magang.

Pada tanggal 7-12 November peserta magang harus pergi ke Bandung untuk lomba, sehingga peserta magang mengambil hari *off* di tanggal 8 dan 9 serta *WFA* di tanggal 7 dan 10. Sedangkan, pelaksanaan *event* Festival Jajanan Glodok jatuh pada tanggal 9-12 November 2023 sehingga peserta magang harus tetap *stand by handphone* pada tanggal tersebut dan memastikan kegiatan khususnya di tanggal 11 dan 12 berjalan dengan lancar.

Pada tanggal 10 November dan 12 November, Peserta magang mendapatkan komplain dari salah satu *tenant* terkait postingan sosial media yang tidak mengikutsertakan *tenant* terkait sehingga peserta magang harus berkomunikasi dan berdiskusi dengan *PIC* dan *supervisor* terkait keluhan tenant terkait. Pada tanggal 9-pun disela pelaksanaan lomba dan ketika peserta magang sedang *off*, peserta magang tetap harus membalas pesan dan panggilan dari *tenant* yang tertarik untuk bergabung pada *event* UNIFY. Pada tanggal 10 November, peserta magang berhasil mencapai kesepakatan dengan 1 *tenant* yaitu Eat Went

Well untuk *event Pop Up Festival Goes to Menara Jamsostek*, walaupun bukan *event* yang dipegang oleh peserta magang tetapi peserta magang kerap membantu PIC *event* untuk menawarkan proposal terkait kepada *tenant* potensial.



Gambar 3.19 Komplain Tenant Event Tokyo Hub

Pada tanggal 11 dan 12 November, peserta magang memastikan kelancaran pelaksanaan kegiatan melalui rekan magang dan PIC *event*. Peserta magang mendapatkan *feedback* yang sangat baik dimana *event* sangat ramai serta aktivitas berjalan dengan sangat baik, sedikit juga *tenant* yang mengeluh sepi walaupun tetap terdapat komplain mengenai postingan sosial media.

Setelah *event* selesai dilaksanakan, maka seperti biasa peserta magang mengirimkan ucapan terima kasih, *recap voucher* yang telah dilakukan oleh PIC serta bukti *transfer voucher* kepada tenant terkait yang menjadi tanggung jawab peserta magang pada *event* Festival Jajanan Glodok.

Karena *event* Festival Jajanan Glodok sudah selesai dilaksanakan, maka peserta magang kembali fokus mencari *tenant* untuk *event* UNIFY. Pada tanggal 19 Oktober berhasil mencapai kesepakatan dengan tenant Fufufu Dimsum, pada tanggal 23 Oktober berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* Ichiban Dorayaki, pada tanggal 31 Oktober berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant*

Ghost Store Coffee dan *tenant* Indomaret Point, pada tanggal 1 November berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* Lawson, pada tanggal 2 November berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* HAUS, pada tanggal 9 November 2023 berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* John and James, pada tanggal 16 November berhasil mencapai kesepakatan dengan *tenant* Es Tebu Indonesia dan pada tanggal 17 November berhasil mencapai kesepakatan dengan *Food Truck* Indomaret untuk 2 *space*.

Total *tenant* yang berhasil diajak bergabung oleh peserta magang pada *event* UNIFY berjumlah 9 *tenant* dengan total 10 *space* terjual. Pada awalnya, pencarian *tenant* untuk *event* UNIFY terbilang cukup sulit bagi peserta magang karena *rate price* sewa tempat yang cukup tinggi sehingga banyak sekali *tenant* yang ragu dan terus mengajukan negosiasi. Awalnya PergiKuliner diberikan jatah 39 *space* oleh tim UMN Festival, tetapi melihat *progress* yang cukup sulit maka dikurangi menjadi 25 *space* dan total *space* terisi berjumlah 24.

Pada tanggal 21 November 2023, peserta magang dijadwalkan untuk incharge pada *event* *Pop Up Festival Goes to* Menara Jamsostek. Disana, Peserta magang membantu persiapan *event*, membantu menjalankan aktivitas *happy hour* dan *giveaway merchandise* dengan memberikan informasi kepada pengunjung atau karyawan Menara Jamsostek yang melewati area *event*, serta membantu pembuatan konten *review tenant*.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.20 Dokumentasi *Event* Menara Jamsostek



Gambar 3.21 Screenshot *footage* konten

Pada *event* UNIFY karena merupakan *event tap in* dimana PergiKuliner bekerjasama dengan *event* UNIFY dan menjadi penyelenggara bazar pada *event festival* serta hanya diselenggarakan selama 1 hari. Maka, PergiKuliner tidak menyiapkan aktivitas seperti pada *event* lainnya. Tidak ada bagi-bagi *voucher*

ataupun mencari pengisi acara atau *media promotor* tetapi pada event ini PergiKuliner tetap mengadakan *giveaway merchandise* yang dikemas dalam kegiatan *snap and win*. Syarat mengikuti *snap and win* adalah dengan memposting keseruan kuliner di bazar UNIFY khususnya di seluruh *tenant* PergiKuliner di Instagram *story* dan *tag* ke Instagram @pergikuliner dan @pergikulinerevents setelah itu peserta dapat mengambil undian *giveaway*.



Gambar 3.22 Booth PergiKuliner pada Event UNIFY

Pada hari-h tanggal 25 November 2023, peserta magang diminta untuk datang *in charge* pada jam 1 siang, kondisi cuaca pada hari tersebut sedang tidak baik dimana Tangerang dilanda hujan terus menerus. Ketika peserta magang sampai di lokasi *event* yaitu di *Summarecon Digital Center*, peserta magang langsung menghampiri 9 *tenant* yang menjadi tanggung jawab peserta magang untuk memperkenalkan diri dan memastikan seluruh persiapan *tenant* berjalan dengan baik. Hal ini kerap dilakukan oleh *supervisor* dan diajarkan kepada seluruh karyawan maupun anak magang di PergiKuliner untuk selalu memperkenalkan diri kepada *tenant* demi menjaga relasi yang baik serta memberikan pelayanan terbaik. (Permatasari, 2022)

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



Gambar 3.23 Dokumentasi *Event UNIFY*

Penyelenggaraan *event* kurang memenuhi ekspektasi tim PergiKuliner karena terdapat beberapa kendala yaitu kondisi cuaca yang buruk terlepas dari panitia UMN *Festival* yang sudah menyediakan jasa pawang hujan. Waktu *open gate* dan *rundown* penyelenggaraan acara yang mundur sangat jauh atau ngaret. Terdapat masalah listrik dimana listrik *booth* mati berkali-kali dan menimbulkan komplain dari banyak *tenant* dan beberapa hal *miss* komunikasi lainnya.

Sehari setelah *event* selesai, peserta magang mendapatkan beberapa komplain dan tanggapan yang kurang baik dari *tenant*. Beberapa dari mereka mengatakan kecewa karena penanganan masalah yang terbilang lambat khususnya masalah listrik, dan kondisi cuaca yang buruk sehingga cukup berpengaruh pada massa pengunjung yang datang, dan pasar serta *buying power* pengunjung yang kurang mendukung.

Pop Up Festival memiliki 2 *event* terakhir di tahun 2023 yaitu *Pop Up Festival Goes to Centennial Tower* yang seharusnya diadakan pada tanggal 4 Desember tetapi diundur menjadi tanggal 18-22 Desember karena mengikuti tanggal THR karyawan dan *Pop Up Festival Christmas Market* yang diselenggarakan di SOUTH78 pada 15-17 Desember.

Setelah *event UNIFY* selesai, peserta magang diminta untuk membantu *event Pop Up Festival Christmas Market* dan kembali dipercaya untuk memegang