

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Sebagai perusahaan yang memiliki banyak program bisnis, keberadaan departemen pemasaran menjadi hal yang sangat penting. Departemen pemasaran bertanggung jawab terhadap peningkatan *brand awareness* dan *engagement* PergiKuliner melalui pelaksanaan kegiatan atau acara.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Departemen Marketing PergiKuliner
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2023

1) *Head of Marketing Communication*

Memantau dan mengawasi seluruh tahap perencanaan, persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi dari setiap acara yang diadakan. Mengambil keputusan akhir terkait kerjasama eksternal yang terkait dengan acara. Mencari peluang baru dan mengembangkan program PergiKuliner.

2) *Event Marketing Specialist*

Merencanakan dan melaksanakan acara mulai dari penentuan lokasi, penyusunan proposal, negosiasi harga, hingga pencarian tenant dan bintang tamu. Mengembangkan strategi kreatif untuk meningkatkan eksekusi acara. Bertanggung jawab atas pengelolaan anggaran acara. Memastikan kelancaran acara dan bertindak sebagai koordinator lapangan saat pelaksanaan acara.

3) *Event Marketing Executive*

Mengembangkan ide dan rancangan acara. Menjadi *PIC (Person In Charge)* untuk acara tersebut. Mencari strategi untuk meningkatkan antusiasme pelanggan selama acara. Mencari tenant untuk berpartisipasi dalam acara PergiKuliner. Membantu memastikan kelancaran acara dan melakukan evaluasi menyeluruh terhadap pelaksanaannya.

4) *Event Marketing Intern*

Bertugas membantu tugas *Event Marketing Executive* sebagai *PIC* acara dengan mencari tenant potensial, *guest star*, dan kebutuhan lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Melakukan kunjungan acara untuk mendapatkan kontak tenant, melakukan kunjungan ke restoran partner untuk membuat review di website PergiKuliner dan TikTok, serta turut membantu pelaksanaan acara (*in charge* saat acara berlangsung).

5) *Public Relations*

Bertanggung jawab dalam membangun dan menjalin hubungan serta komunikasi yang baik dengan pengguna maupun pihak yang memiliki potensi untuk bekerjasama dengan PergiKuliner.

6) *Marketing Communications Executive*

Mengembangkan gagasan dan rancangan acara. Melengkapi detail-detail yang diperlukan selama pelaksanaan acara. Mengoordinasikan dengan pihak terkait selama acara berlangsung. Membuat laporan menyeluruh tentang pelaksanaan acara.

7) *Marketing Communication Intern*

Bertugas memperkenalkan PergiKuliner kepada pengguna baru dengan mengadakan kegiatan meet-up, membuat konten sosial media, membantu eksekusi acara yang dilaksanakan, mengirimkan email marketing, serta melakukan kunjungan dan pengawasan terhadap restoran partner dari PergiKuliner.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama proses kerja magang, dilakukan beberapa tugas dengan rincian sebagai berikut:

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berikut tugas yang dilakukan oleh *Event Marketing Intern* PergiKuliner terlampir pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Tugas *Event Marketing Intern* PergiKuliner

Tugas	Tujuan/Target	Output	Penyelia	Frekuensi
Mengajak brand bekerjasama secara langsung dan mencari kontak brand yang dapat dihubungi dan untuk menawarkan acara PergiKuliner.	Menambah database dan meningkatkan jaringan mitra brand PergiKuliner. Membantu mencapai target kesepakatan kerjasama dengan mitra untuk ikutserta dalam acara.	Daftar kontak brand yang telah diidentifikasi, termasuk informasi kontak yang lengkap dan relevan. Mendapatkan mitra untuk bekerjasama dalam acara.	<i>Event Marketing Executive (PIC)</i>	Mingguan

Tugas	Tujuan/Target	Output	Penyelia	Frekuensi
Membuat perencanaan konten promosi <i>Visit Cupon</i> dengan mengunjungi beberapa restoran terpilih secara langsung.	Membangun citra merek PergiKuliner sebagai sumber terpercaya untuk informasi kuliner dan diskon eksklusif melalui konten promosi yang konsisten dan berkualitas tinggi.	Serangkaian konten video yang menarik dan ulasan restoran yang informatif, siap dipublikasikan di aplikasi PergiKuliner, Instagram dan TikTok.	<i>Head of Marketing</i>	Mingguan
Melakukan sesi <i>brainstorming</i> yang terperinci mengenai kegiatan serta teknis yang akan diimplementasikan	Mengidentifikasi tugas-tugas tiap masing-masing <i>crew</i> , menetapkan tanggung jawab, dan merencanakan jadwal yang realistis untuk	Rincian tentang langkah-langkah teknis yang akan diambil untuk memastikan pelaksanaan acara berjalan lancar, termasuk perencanaan,	<i>Marketing Specialist dan Event Marketing</i>	<i>Tentative</i>

Tugas	Tujuan/Target	<i>Output</i>	Penyelia	Frekuensi
selama pelaksanaan <i>acara</i> .	mengimplementasikan ide-ide.	tenant, logistik, pemasaran yang digunakan, dan koordinasi antar tim.		
Pada masa <i>pra-event</i> bertugas untuk menyiapkan dan merekap segala kebutuhan dokumen mitra	Semua dokumen mitra, termasuk invoice dan SPK, telah disiapkan dengan lengkap dan sesuai prosedur dalam waktu yang ditentukan sebelum pelaksanaan acara.	Laporan rekapitulasi data mitra yang sudah ada, termasuk informasi kontak dan detail kerjasama yang relevan (<i>invoice</i> dan SPK).	<i>Event Marketing Executive (PIC)</i>	<i>Tentative</i>
Selama pelaksanaan acara berperan sebagai staff yang bertanggung	Berkomunikasi dan berkoordinasi dengan baik dengan tim internal	Dokumentasi dan laporan kegiatan harian yang mencatat jalannya	<i>Event Marketing Executive (PIC)</i>	<i>Tentative</i>

Tugas	Tujuan/Target	<i>Output</i>	Penyelia	Frekuensi
jawab memastikan kelancaran berbagai kegiatan dan acara.	dan eksternal untuk memastikan informasi yang tepat disampaikan, masalah segera diatasi, dan tugas-tugas terkait pelaksanaan acara dilakukan dengan efektif.	acara, termasuk masalah yang muncul dan tindakan yang diambil untuk menanganinya.		
Mencari dan menghubungi tenant atau mitra eksternal yang relevan untuk menawarkan kerjasama dalam acara.	Menjalin kesepakatan kerjasama dengan mitra dan memastikan setiap mitra yang diajak bekerjasama memiliki kesesuaian yang relevan dengan acara yang diselenggarakan.	Konfirmasi resmi dari mitra yang setuju untuk bekerja sama, termasuk perjanjian atau kontrak kerjasama yang ditandatangani jika diperlukan. Mencapai target dari slot mitra	<i>Event Marketing Executive (PIC)</i>	<i>Ad Hoc</i>

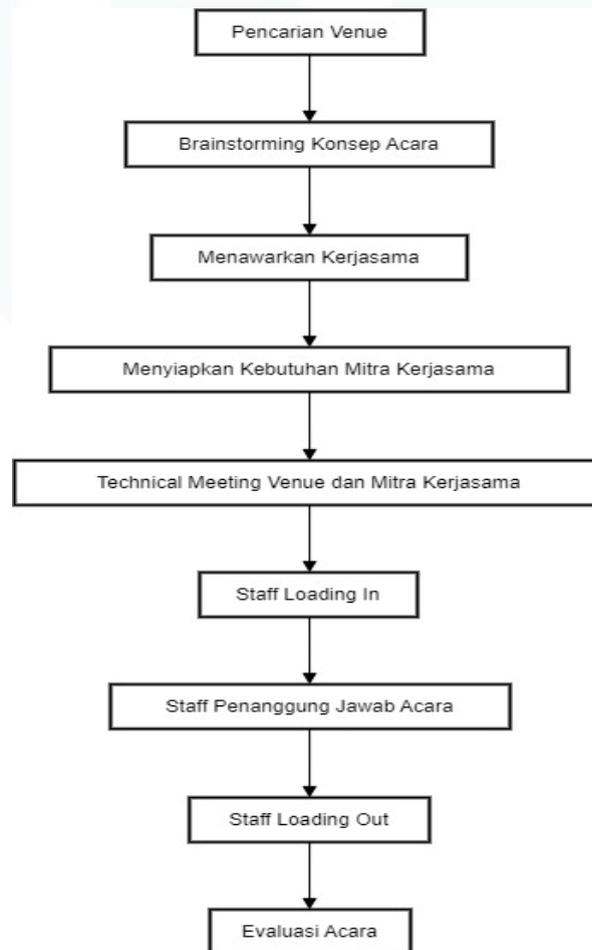
Tugas	Tujuan/Target	<i>Output</i>	Penyelia	Frekuensi
		yang dibutuhkan untuk acara tersebut.		

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Seorang *event marketing intern* PergiKuliner harus menjalankan masa *onboarding*. Proses *onboarding* atau orientasi ini bertujuan untuk membantu anggota magang baru beradaptasi dengan lingkungan dan tugas kerja yang ada di perusahaan (Lutfi, 2023). Saat proses orientasi setiap anggota magang diminta untuk melakukan penelitian tentang platform PergiKuliner, baik itu situs web maupun aplikasinya. Mencatat semua fitur dan *tools* yang tersedia di kedua platform tersebut. Kemudian melakukan penelitian dari PergiKuliner Festival yang sudah pernah dijalankan oleh PergiKuliner sebelumnya. Setelah langkah awal tersebut selesai, mulai terlibat dalam tugas sehari-hari sebagai pemasar acara di PergiKuliner, dengan sedikit panduan tentang tanggung jawab anggota magang.

Event marketing yang dijalankan oleh PergiKuliner merupakan *acara festival kuliner* yang diadakan secara rutin setiap bulannya. Terdapat dua jenis penyelenggaraan *acara* yang dilakukan oleh PergiKuliner yaitu jenis *pop up shop* dan festival bazar, tujuan dilaksanakannya *event marketing* ini karena PergiKuliner ingin membuka ruang untuk tenant menjual produknya dalam satu venue selama jangka waktu beberapa hari. Festival kuliner yang diselenggarakan oleh PergiKuliner dikenal dengan sebutan PergiKuliner Festival. Merupakan sebuah acara yang mengumpulkan beragam tenant makanan dalam satu lokasi. PergiKuliner Festival pertama kali diselenggarakan pada tahun 2019 dan sejak itu telah diadakan sebanyak 50 lebih acara hingga akhir tahun 2023 (Dokumen Perusahaan, 2023).

Pada mata kuliah yang pernah dijalankan oleh penulis yaitu MICE Management dan Marketing Management, berikut tugas yang berkaitan dengan mata kuliah tersebut. Secara garis besar anggota *event marketing intern* mempunyai tugas *planning, executing, controlling* dan *evaluation* sebagai berikut:



Gambar 3.2 Event Marketing Workflow
Sumber: Dokumen Pribadi 2024

- 1) Melakukan rapat tim dengan tujuan mendiskusikan perkembangan terbaru acara dan melakukan sesi *brainstorming* yang terperinci mengenai kegiatan serta teknis yang akan diimplementasikan selama pelaksanaan acara.



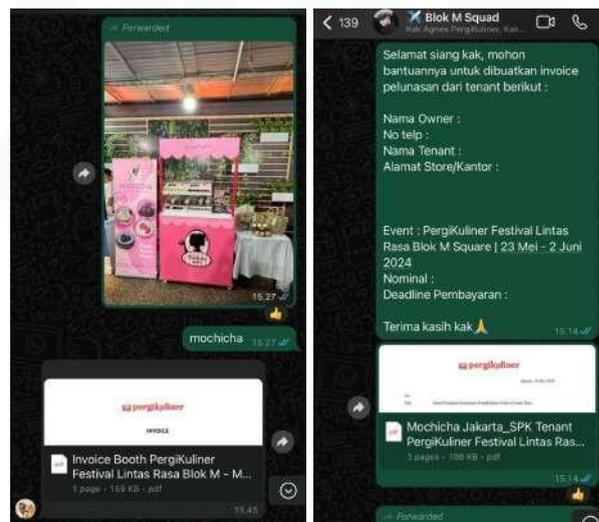
Gambar 3.3 Rapat Tim
Sumber: Dokumen Pribadi 2024

- 2) Mencari dan menghubungi tenant atau mitra eksternal yang relevan untuk menawarkan kerjasama dalam acara melalui pesan langsung di Instagram, WhatsApp, dan Email. Mendukung dalam menyampaikan tujuan serta detail teknis kerjasama kepada calon mitra, serta menjawab semua pertanyaan yang diajukan oleh pihak terkait untuk acara.

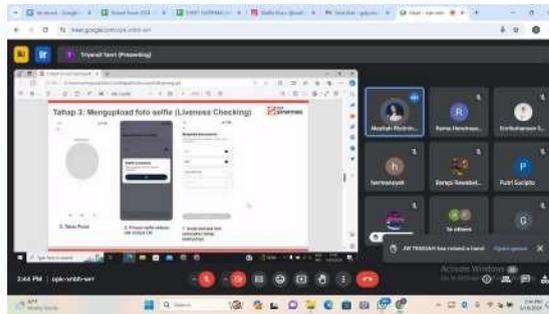


Gambar 3.4 Penawaran Kerjasama Tenant Acara PergiKuliner Festival
Sumber: Dokumen Pribadi 2024

- 3) Pada masa *pre-event* bertugas untuk menyiapkan segala kebutuhan dokumen mitra seperti *invoice* dan SPK. Setelah itu, merekap data-data mitra yang sudah ada untuk diserahkan ke PIC. Kemudian mengikuti *technical meeting* bersama tenant dan juga *technical meeting* dengan pihak *venue* dan kontraktor.



Gambar 3.5 Menyiapkan dan Merekap Data-Data Tenant
Sumber: Dokumen Pribadi 2024



Gambar 3.6 *Technical Meeting* dengan *Tenant, Venue*, dan Kontraktor
 Sumber: Dokumen Pribadi 2024

- 4) Selama pelaksanaan acara berperan sebagai staff yang bertanggung jawab memastikan kelancaran berbagai kegiatan dan acara. Tugas meliputi mengawasi jalannya acara serta memastikan setiap aktivitas berjalan dengan lancar, termasuk memastikan bahwa para tenant mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Selain itu, juga bertanggung jawab dalam memberikan arahan kepada tenant atau pelanggan, serta membantu dalam menyebarkan informasi terkait acara. Menangani komplain tenant yang masuk, meneruskannya kepada PIC dan Supervisor. Membantu berjalannya operasional acara.



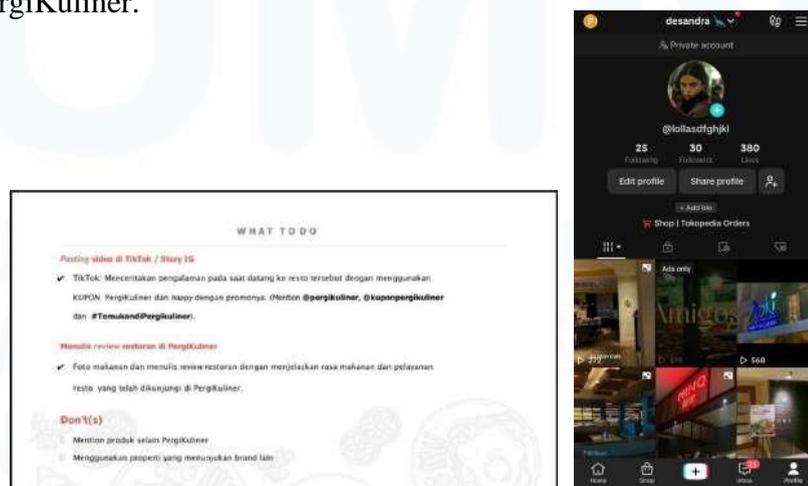
Gambar 3.7 Kegiatan Pelaksanaan Acara
 Sumber: Dokumen Pribadi 2024

- 5) Mencari kontak brand yang dapat dihubungi untuk menawarkan acara PergiKuliner dan menawarkan secara langsung kepada pihak brand untuk bergabung ke acara PergiKuliner.



Gambar 3.8 Pelaksanaan Pencarian Kontak dan Penawaran Pihak Brand
Sumber: Dokumen Pribadi 2024

- 6) Membuat perencanaan konten promosi *Visit Coupon* dengan mengunjungi beberapa restoran terpilih secara langsung. Tugas mencakup pembuatan konten video yang menarik pada aplikasi TikTok dan Instagram serta ulasan yang detail dan informatif, yang akan dipublikasikan melalui aplikasi PergiKuliner.



Gambar 3.9 Tugas dan Hasil Konten *Visit Coupon*
Sumber: Dokumen Perusahaan dan Pribadi 2024



Gambar 3.10 Siklus Pencarian Tenant untuk Acara PergiKuliner Festival
Sumber: Dokumen Perusahaan 2024

Berikut ini rincian siklus pencarian tenant untuk acara PergiKuliner Festival. *Event marketing* memiliki tugas untuk mencari dan mengajak tenant untuk berpartisipasi pada acara 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 acara 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.

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 acara 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 acara, 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).

Dalam menjalankan *event marketing*, selain oleh tenant *event marketing* akan menjalin hubungan dengan pihak eksternal, di antaranya venue, media partner, performance dan influencer. Kontribusi yang sudah dilakukan penulis untuk acara PergiKuliner Festival yang berlangsung dari bulan Januari sampai dengan Mei, yaitu sebanyak enam acara. Venue dari acara-acara tersebut adalah Halte Transjakarta Cakra Selaras Wahana (CSW) (Jakarta Selatan), Mall Artha Gading (Jakarta Utara), Pasar Raya Blok M (Jakarta Selatan), Mall Alam Sutera (Tangerang Selatan), Mall Cibubur Junction (Jakarta Timur) dan Blok M Square (Jakarta Selatan).

Acara di Halte Transjakarta Cakra Selaras Wahana (CSW) bertemakan Festival Perjalanan Cita Rasa. Diselenggarakan pada tanggal 17 Januari s.d 15 Februari 2024. Tenant yang dibawa pada *event* ini merupakan *tenant-tenant* yang menjual produk makanan yang memiliki penyajian mudah. Dikarenakan bertepatan dengan lokasi *public space* dan mengutamakan pengunjung yang berlalu-lalang untuk segera melakukan perjalanan dengan transportasi umum. Pada *event* ini, penulis sebagai *event marketing intern* bertugas menjadi staff yang bertanggung jawab memastikan kelancaran berbagai kegiatan dan *event* di lapangan (Halte CSW). Tugas meliputi mengawasi jalannya acara serta memastikan setiap aktivitas berjalan dengan lancar, termasuk memastikan bahwa para tenant mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Mendokumentasikan dan membuat laporan kegiatan harian yang mencatat jalannya acara, termasuk masalah yang muncul dan tindakan yang diambil untuk menanganinya. Selain itu,

penulis juga menjalankan *activity* untuk menarik *crowd* dan meningkatkan *brand awareness* yaitu *free tester* dengan *scan QR code* melalui aplikasi PergiKuliner. Kemudian juga ada undian *free merchandise* dengan *share moment* keseruan di PergiKuliner Festival.



Gambar 3.11 Pelaksanaan Acara Festival Perjalanan Cita Rasa
Sumber: Dokumen Pribadi 2024

Event kedua yaitu bertempat di Mall Artha Gading bertemakan Festival Jajanan Glodok: Rasa Oriental yang Halal. Dilaksanakan pada tanggal 7 Februari s.d 22 Februari 2024 yang bertepatan dengan hari raya Imlek, Pemilu dan Valentine. Tenant yang dibawa pada *event* ini merupakan *tenant-tenant* yang menjual produk makanan khas jajanan Glodok yang halal. Pada event ini, PergiKuliner mengadakan beberapa acara yaitu *eating challenge*, *art performance* dan aktivitas lainnya. Penulis berkesempatan dalam bertanggung jawab mengawasi jalannya acara serta memastikan setiap aktivitas berjalan dengan lancar, termasuk memastikan bahwa para tenant mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Mendokumentasikan dan membuat laporan kegiatan harian yang mencatat jalannya acara, termasuk masalah yang muncul dan tindakan yang diambil untuk menanganinya. Penulis juga diberikan tanggung jawab untuk menjadi Master of Ceremony (MC) untuk penampilan art performance dari sekolah musik, pertunjukan barongsai dan sebagainya. Kemudian juga mengarahkan pengunjung untuk ikutserta dalam aktivitas game dari PergiKuliner

khusus hari raya Imlek monopoli *free* angpao, Pemilu diskon, dan *Valentine love letter*.

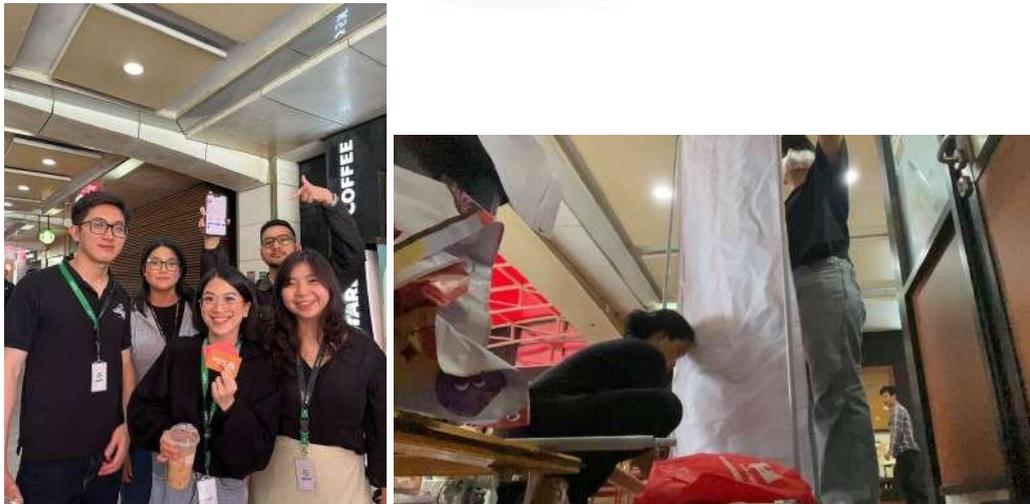


Gambar 3.12 Pelaksanaan Acara Festival Jajanan Glodok: Rasa Oriental yang Halal
Sumber: Dokumen Pribadi 2024

Memasuki event ketiga yaitu bertempat di Pasar Raya Blok M. Dengan tema Festival Kekinian: Way To Good Bites, yang diselenggarakan pada tanggal 26 Februari s.d 1 Maret 2024. Penulis ditugaskan dimulai dari pencarian tenant atau mitra yang selaras dengan event tersebut yaitu tenant produk kekinian. Proses ini memiliki tugas mencari dan menghubungi tenant atau mitra eksternal yang relevan untuk menawarkan kerjasama dalam acara melalui pesan langsung di Instagram, WhatsApp, dan Email. Mendukung dalam menyampaikan tujuan serta detail teknis kerjasama yaitu mengirimkan proposal penawaran kepada calon mitra, serta menjawab semua pertanyaan yang diajukan oleh pihak terkait untuk event. Apabila calon mitra sudah menyetujui dan PIC juga sudah menyetujui untuk bekerjasama, dilanjutkan dengan proses dealing dengan *request invoice* kepada tim *finance* dan pembuatan SPK. Setelah itu dikirimkan kepada calon mitra untuk diisi datanya dan diminta kembali untuk proses pemasukan pembayaran dan rekapilitasi data tenant seperti listrik, *free* parkir dan sebagainya.

Pada *event* ini dibutuhkan 27 tenant untuk berpartisipasi dalam *event* ini. 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.

Pada saat *event* berlangsung terdapat juga terdapat beberapa aktivitas yang diselenggarakan yaitu *eating challenge* dan *art performance*. Penulis juga diberikan tanggung jawab untuk menjadi Master of Ceremony (MC) untuk *eating challenge* dan penampilan *art performance* dari sekolah musik dan komunitas *modern dance*. Kemudian juga mengarahkan pengunjung untuk ikutserta dalam aktivitas game dari PergiKuliner yaitu *free merchandise* dan *free coupon*. Keseluruhan aktivitas game ini diberikan syarat dan ketentuan masing-masing perharinya. Tujuannya untuk terus menarik *crowd event* dan *brand awareness*.



Gambar 3.13 Pelaksanaan Acara Festival Kekinian: Way To Good Bites
Sumber: Dokumen Pribadi 2024

Memasuki *event* keempat yaitu berlokasi di Mall Alam Sutera. *Event* diselenggarakan pada tanggal 20 Maret s.d 31 Maret 2024. Bertemakan Festival Taste of Ramadan. *Event* ini merupakan *event* pertama penulis yang dilakukan dari awal perencanaan. Diawali dengan perencanaan yaitu dengan melakukan rapat tim dengan tujuan mendiskusikan perkembangan terbaru acara dan melakukan sesi *brainstorming* yang terperinci mengenai kegiatan serta teknis

yang akan diimplementasikan selama pra-pelaksanaan dan pelaksanaan *event*. Mulai dari penentuan tema, operasional, dan pemasaran yang akan dilakukan. Kemudian dilanjut dengan proses eksekusi dari sesi diskusi dan *brainstorming*. Pertama, pencarian hingga *dealing* tenant pada event ini ditargetkan 34 tenant dengan produk yang menjual makanan atau minuman yang cocok untuk berbuka puasa. Setelah berhasil terkumpul 34 tenant, penulis diberikan tanggung jawab untuk melakukan pencarian pengisi acara seperti art *performance* dengan target selama berjalannya *event* satu *performance* per hari. Penulis bertanggung jawab menjadi PIC dari setiap tenant dan art *performance* yang berhasil *dealing* bekerjasama. Saat keduanya terpenuhi yaitu tenant dan art *performance*, dilanjutkan dengan mempersiapkan kebutuhan operasional event seperti membuat jadwal *performance*, mencetak desain materi promosi, menyiapkan alat kebutuhan *fun activity* dan lain-lain.

Memasuki seminggu sebelum event dilaksanakan, terdapat *online technical meeting* melalui Google Meet yang harus dihadiri oleh semua tenant dan juga pihak venue. Pada *technical meeting* ini akan membahas peraturan-peraturan yang diberlakukan oleh penyelenggara dan venue dan harus diikuti oleh seluruh tenant. Kemudian memasuki dua hari sebelum event dimulai melakukan *control check* tenant dalam loading in barang. Event dimulai penulis berperan sebagai staff yang bertanggung jawab memastikan kelancaran berbagai kegiatan dan event. Meliputi menjadi PIC *tenant* dan art *performance*, membantu jalannya operasional event, menjalankan ide-ide seperti *fun games* yang sudah didiskusikan pada sesi *brainstorming* oleh tim. Khusus di event ini PergiKuliner menyediakan *free takjil* kepada para pengunjung festival Taste of Ramadan hanya dengan registrasi aplikasi PergiKuliner.



Gambar 3.14 Pelaksanaan Acara Festival Taste of Ramadan
Sumber: Dokumen Pribadi 2024

Event kelima bertempat di Mall Cibubur Junction bertemakan Festival Zaman Now, pada event ini penulis hanya bertanggung jawab saat event berlangsung yaitu bertanggung jawab mengawasi jalannya acara serta memastikan setiap aktivitas berjalan dengan lancar, termasuk memastikan bahwa para tenant mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Selain itu, juga bertanggung jawab dalam memberikan arahan kepada tenant atau pelanggan, serta membantu dalam menyebarkan informasi terkait acara. Menangani komplain tenant yang masuk, meneruskannya kepada PIC dan Supervisor. Membantu berjalannya operasional event.

Kemudian dalam aktivitas yang diselenggarakan yaitu eating challenge dan art performance. Penulis juga diberikan tanggung jawab untuk menjadi Master of Ceremony (MC) untuk eating challenge dan penampilan art performance dari sekolah musik dan komunitas modern dance. Kemudian juga mengarahkan pengunjung untuk ikutserta dalam aktivitas game dari PergiKuliner yaitu free merchandise dan free coupon. Keseluruhan aktivitas game ini diberikan syarat dan ketentuan masing-masing perharinya. Tujuannya untuk terus menarik crowd event dan brand awareness.



Gambar 3.15 Pelaksanaan Acara Festival Zaman Now
Sumber: Dokumen Pribadi 2024

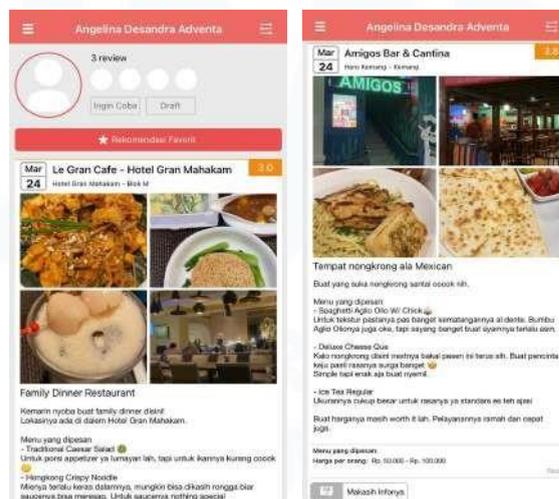
Event terakhir yaitu bertempat di Blok M Square bertemakan Festival Lintas Rasa akan diselenggarakan pada tanggal 23 Mei s.d 2 Juni 2024. Event ini masih berproses, pada event ini penulis berkontribusi dari tahap awal yakni rapat tim mendiskusikan perkembangan terbaru acara dan melakukan sesi brainstorming yang terperinci mengenai kegiatan serta teknis yang akan diimplementasikan selama pra-pelaksanaan dan pelaksanaan *event*. Kemudian mencari tenant dengan target 51 tenant dengan 2 jenis *section* yaitu mancanegara dan nusantara. Per-tanggal 12 Mei 2024 sudah resmi 37 tenant yang masuk dari 51 tenant diantaranya 17 tenant mancanegara dan 10 tenant nusantara.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.16 Proses Event Festival Lintas Rasa
Sumber: Dokumen Pribadi 2024

Diluar dari menangani event, penulis juga bertanggung jawab dalam mencari kontak brand yang dapat dihubungi untuk menawarkan event PergiKuliner dan menawarkan secara langsung kepada pihak brand untuk bergabung ke event PergiKuliner. Kemudian, diberikan tanggung jawab dalam membuat perencanaan konten promosi *Visit Coupon* dengan mengunjungi beberapa restoran terpilih secara langsung. Tugas mencakup pembuatan konten video yang menarik pada aplikasi TikTok dan Instagram serta ulasan yang detail dan informatif, yang akan dipublikasikan melalui aplikasi PergiKuliner.



Gambar 3.17 Pelaksanaan Acara Festival Zaman Now
Sumber: Dokumen Pribadi 2024

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses kerja magang, terdapat beberapa kendala yang ditemukan, yaitu:

1. Pada saat *brainstorming*, ide yang diberikan beberapa sudah pernah dijalankan dan terkadang sulit mendapatkan ide yang cukup baik untuk dilaksanakan.
2. Dalam pencarian *tenant* sulit untuk menemukan *brand* yang cocok untuk *event* tersebut karena kurang cocok pada tema *event*.
3. Materi atau data yang dibutuhkan dari beberapa pihak terkadang lama dikirimkan atau seringkali ada perubahan sewaktu-waktu, sehingga hal tersebut menjadi hambatan dalam pembuatan rekap data tersebut.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang dilakukan atas kendala yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Mencari referensi dari berbagai sumber, dan melihat aktivitas, ide, serta promosi yang telah dijalankan sebelumnya sebagai acuan dan sumber referensi untuk menciptakan ide baru.
2. Melakukan pendataan *brand* yang cocok sesuai tema *event* sebelum melakukan penawaran *event*.
3. Melakukan follow up kepada pihak terkait secara rutin terkait materi atau data yang diperlukan untuk segera dikirimkan, serta memastikan bahwa materi yang dikirimkan sudah benar dan tidak ada perubahan.