

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang**

Penulis melakukan proses kerja magang pada United Creative sebagai *Event Community Intern* Tulisan Alam dengan tugas mengelola *weekly activity* atau *event* yang diadakan bersama anggota komunitas Tulisan Alam. Penulis berinteraksi secara langsung dengan anggota komunitas untuk memahami apa saja yang mereka butuhkan dan mendapat ide kreatif baru untuk membuat *activity* atau *event* bersama anggota komunitas. Tugas lain yang penulis lakukan adalah memberikan ide kreatif dalam setiap meeting bersama tim internal, ide kreatif tersebut akan diimplementasikan kedalam *activity* atau *event* yang akan dilakukan dalam setiap bulan. Selain memberikan ide kreatif untuk *activity* dan *event* yang akan diadakan, penulis juga membantu *content manager* dan *product owner* untuk membuat *pitch deck* power point yang berisi ide-ide kreatif atau gagasan baru sesuai dengan acara yang dibutuhkan.

Selama proses praktik kerja magang, penulis berdiskusi dengan Wahyu Azuri selaku *Product Owner*, Rokhmad JS selaku *Content Manager*, dan Fadhil Ardiansyah selaku *Community Manager* untuk melakukan *creative brief*. Penulis diberikan kepercayaan oleh *Content Manager* dan *Product Owner* untuk mengimplementasikan ide-ide kreatif untuk kegiatan atau *event* yang akan dilakukan bersama anggota komunitas Tulisan Alam. Saat sudah terbentuknya suatu ide kreatif sesuai dengan kebutuhan, penulis menyampaikan kepada tim internal senior untuk memulai proses eksekusi proses pembuatan *event* kedalam empat tahap yaitu *preparation*, *detailed planning*, *event* dan *post-event* sesuai dengan kebutuhan yang telah disepakati.

#### **3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang**

Selama dilaksanakannya proses kerja magang, penulis melakukan berbagai jenis pekerjaan diantaranya, mengkoordinasi dan berkomunikasi dengan anggota komunitas untuk membantu mengelola kegiatan aktivitas atau *event* yang akan dijalankan. Selain itu, pemagang juga membantu *product owner*, *community*

*manager*, dan *content manager* untuk mengatur strategi *planning* sebuah *activity* dan *event*, dimulai dari mencari *influencer*, *venue*, dan membuat *plan activity*.

Dalam melakukan tugas sebagai seorang *Event Community Intern* sangat diperlukan proses komunikasi yang baik dan langsung turun lapangan untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan selama proses pembuatan *event* atau *weekly activity*, dengan begitu tim internal merasa terbantu dengan upaya yang telah dilakukan *Event Community Intern* dalam memban kebutuhan dari setiap *event*.

### **3.2.1 Tugas Kerja Magang**

Selama masa *Internship*, pemegang diberi tanggung jawab untuk beberapa tugas sebagai berikut:

1. Menentukan ide kreatif baru untuk kegiatan atau *activity event* bersama anggota komunitas tulisan alam.
2. Membantu persiapan pembuatan strategi *planning* untuk kegiatan atau *activity event* bersama anggota komunitas tulisan alam.
3. Melakukan analisis situasi tempat serta membantu mencari *venue* yang tepat dan menjadi penanggung jawab akan keuangan yang masuk ataupun keluar dalam kegiatan atau *activity event* bersama anggota komunitas tulisan alam.
4. Mengkoordinasi terkait kegiatan atau *activity event* dengan tim internal.
5. Membantu proses pencarian talent atau *influencer* untuk berkolaborasi dengan kegiatan atau *activity event* bersama Tulisan Alam
6. *In-charge* atau terlibat langsung dalam acara ketika *event* berlangsung

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

Kategori	Detail Aktivitas	Mei				Juni				Juli				Aug				Sept				Okt			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Preparation	Perencanaan Strategi	✓				✓				✓				✓				✓				✓			
	Menentukan ide kreatif activity	✓				✓				✓				✓				✓				✓			
Detailed Planning	Pembuatan strategi planning activity	✓				✓				✓				✓				✓				✓			
	Analisis situasi tempat & mencari venue	✓				✓				✓				✓				✓				✓			
	Koordinasi dengan tim internal terkait activity event	✓				✓				✓				✓				✓				✓			
	Mencari talent atau influencer		✓				✓				✓				✓				✓				✓		
Event	Mempersiapkan kebutuhan activity event		✓				✓				✓				✓				✓				✓		
	Pelaksanaan acara			✓			✓				✓				✓				✓				✓	✓	
Post Event	Evaluasi			✓			✓				✓				✓										✓
	Improvement			✓			✓				✓														✓

Gambar 3.1 Timeline Kerja Penulis sebagai Event Community Intern Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

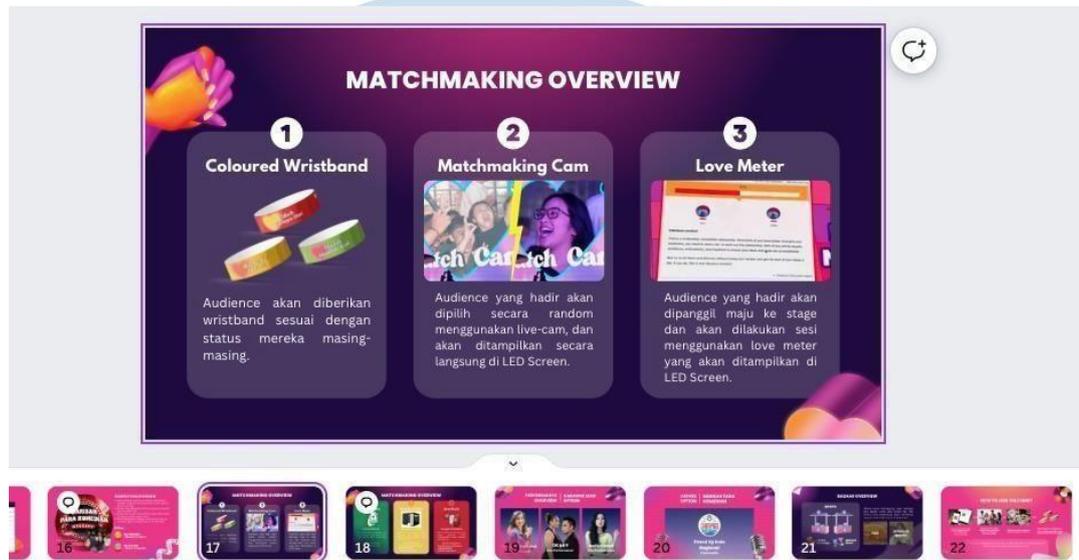


### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

*Event* adalah acara yang diselenggarakan oleh sebuah organisasi untuk membangun brand awareness dan meningkatkan citra organisasi atau perusahaan tersebut. Event Management adalah praktek profesional yang mengorganisir dan menghimpun sekelompok individu untuk mencapai tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, serta pertemuan sosial, dengan tanggung jawab dalam merancang, melaksanakan, dan mengawasi pelaksanaan suatu kegiatan (Goldbaltt, 2014). Dalam event management, strategi yang tepat diperlukan agar acara dapat berjalan sesuai rencana. Ini melibatkan organisasi yang sistematis, profesional, efisien, dan efektif mulai dari konseptualisasi atau perencanaan hingga pengawasan (Kusuma, 2016). Dalam implementasi manajemen *event* selama kerja magang di United Creative kita harus melewati beberapa tahap *event management* didalamnya. Dalam penyelenggaraan *event* tulisan alam melakukan 4 tahapan proses dalam *event management*, yaitu *Preparation* (persiapan), *Detailed Planning* (perencanaan inti), *Event*, dan *Post Event* (Downson & Basset, 2015).

#### A. Preparation

Dalam tahap ini, *Product Owner* dan tim internal @tulisanalam mempersiapkan semuanya dengan baik. Dimana tim internal akan menentukan dan mengembangkan ide konsep kegiatan atau acara yang akan diselenggarakan dan menetapkan tujuan dari kegiatan tersebut. Selain itu, dalam tahap ini menyiapkan proposal untuk menentukan *venue* yang ingin kerjasama, menentukan anggaran, dan studi kelayakan (Downson & Basset, 2015). Saat proses praktek kerja pemagang sepenuhnya ikut serta dalam tahap *preparation* ini. Karena pada tahap ini dilakukan pengembangan ide kreatif apa saja yang akan dilakukan untuk kegiatan bersama anggota komunitas @tulisanalam. Hasil dari pengembangan ide kreatif bersama tim akan berupa *pitch deck* yang telah dibuat oleh *product owner* dan dibantu *event community intern* yang berisi penjelasan mengenai *event*, tujuan *event*, bintang tamu atau narasumber dalam *event* tersebut.



Gambar 3.2 Contoh Pitch Deck  
Sumber: Olahan Penulis (2023)

## B. Detailed Planning

Pada tahap ini, tim internal akan merinci detail acara, seperti lokasi pelaksanaan, rancangan kegiatan seperti *rundown*, bintang tamu, penyelenggara acara, serta sumber daya yang terlibat dalam pelaksanaan acara tersebut. Selain itu, tahap ini juga melibatkan perencanaan promosi yang mencakup penentuan strategi penempatan produk atau layanan yang ingin ditekankan kepada para audiens (Downson & Basset, 2015). Dalam tahap ini, penulis ikut serta dalam menyiapkan *detailed planning* dari beberapa kegiatan atau *event* yang ada.

Beberapa hal yang dilakukan oleh penulis adalah dengan membuat dan finalisasi detail *rundown* dari sebuah event berdasarkan garis besar *rundown* dan juga *Term of References* (TOR) yang ada dalam *pitch deck* atau informasi dari *Product Owner*, *Community Manager* dan *Content Manager*. Dalam penyusunan *rundown*, *event community intern* akan menentukan dan menyesuaikan durasi dari masing-masing segmen sesuai dengan keinginan dari tim internal. Rundown yang dibuat selama praktek kerja magang adalah *rundown BPH Festival Roadshow Medan, BPH Vol. 5, Rundown Multimedia*

Tulisan Alam untuk talkshow *Dating Styles of Gen Z and Millenials* dan talkshow *From Pain to Purpose*.

MULTIMEDIA RUNDOWN - BPH VOL.5 BPH X BAJAWA - 26 MEI 2023					
START TIME	END TIME	DURATION	DESCRIPTION	ASSET VT	
18:00	18:55	00:55:00	OPEN GATE / WAITING SESSION	Logo BPH X Bajawa TVC BPH Follow our social media ( BPH, Tulisan Alam, Bajawa ) Join our community	
18:55	18:57	00:02:00	OPENING BY HOST ( Introduce event, USF event, line up )	KV MASTER - EVENT Logo BPH X Bajawa KV - BRANDING TULISAN ALAM ( REPRESENTATION OF MILLENNIALS & GEN-Z FEELINGS )	
18:57	19:00	00:03:00	OPENING BY HOST ( Mechanism scan barcode of app atau dan join to google drive ) & BRIDGING KE LIVE BAND	KV - MECHANISM ( AUDIENCE SCAN BARCODE & GOOGLE DRIVE )	
19:00	20:00	01:00:00	LIVE BAND - PERFORMANCE 1	ASSET PROVIDE FROM BAJAWA	
20:00	20:02	00:02:00	MC Bridging Games - Pick Up Line Battle & Jelaskan mechanism	KV MASTER - EVENT KV - SEGMENT ( GAMES PICK UP LINE BATTLE ) KV - SAMPLE / CLUE GAMES	
20:02	20:07	00:05:00	Games - Pick Up Line Battle	KV - SEGMENT ( GAMES PICK UP LINE BATTLE ) KV - CLUE GAMES	
20:07	20:09	00:02:00	MC bridging ke Matchmaking com	Logo BPH X Bajawa	
20:09	20:29	00:20:00	Matchmaking Time (Can) - Round 1	COUNTDOWN - 5 SECOND FRAME - CAM ( CEWE ) FRAME - CAM ( COWO ) KV - MATCH / NOT MATCH	
20:29	20:30	00:01:00	MC BRIDGING - LIVE BAND PERFORMANCE 2	Logo BPH X Bajawa	
20:30	22:00	01:30:00	LIVE BAND - PERFORMANCE 2	ASSET PROVIDE FROM BAJAWA	

Gambar 3.3 Rundown BPH Vol.5 Bajawa Flores Kemang Jakarta  
Sumber: Olahan Penulis (2023)

Day	Start	End	Dur	Details	Descriptions	On Stage	MAIN LED MATERIAL	STAGE EQUIPMENT
Minggu 10 SEPTEMBER 2023	13:00	13:01	0:01	VT Tulisan Alam			VT Tulisan Alam.mp4	
	13:01	13:03	0:02	Host Opening	Introduce Tulisan Alam	1 Host	- KV Tulisan Alam	Mic 1
	13:03	13:08	0:05	Warm Up Session	Host lead the warm up session to all participants		- Talkshow Tulisan Alam	
	13:08	13:10	0:02	Speakers on Stage - Zahra Alsatary	Introduce Zahra Alsatary		- KV Talkshow Zahra Alsatary	
	13:10	13:45	0:35	Talkshow Sharing Session - From Pain to Purpose	Sharing session: - Masalah ter berat yang selama ini pernah terjadi di kehidupan kamu - Gimana cara kamu bisa bangkit dari masalah - Pelajaran apa yang kamu dapat setelah masalah nya bisa ter lewat? - apakah ada perubahan yang kamu dapetin sebelum dan setelah masalah itu ada	- 1 Host - 1 KOL	- KV Talkshow From Pain to Purpose	Mic 2 (host) + (KOL)
	13:45	13:55	0:10	Q & A Session	Host invite 2 audiens to the stage who want to ask		- KV Q & A Session	Mic 4 (host) + (KOL) + (Audience)
	13:55	13:58	0:03	Closing for Talkshow with Zahra Alsatary	-Host thanks to Zahra that come to the event & take photo together	- 1 Host - 2 Audiens - 1 KOL	- KV Zahra Alsatary	
13:58	14:00	0:02	Host Closing	Host thanks to audience that come to the event		- KV Tulisan Alam		

Gambar 3.4 Rundown Talkshow From Pain to Purpose  
Sumber: Olahan Penulis (2023)

Selanjutnya dalam tahap *detailed planning* ini, selain membuat rundown acara penulis juga diberikan tanggung jawab untuk membuat *Term of References* (TOR) untuk *talkshow*. TOR yang dibuat berdasarkan pada materi *talkshow* dan juga berisi *talking points* yang sudah disepehati oleh tim internal. Dalam pembuatan rundown dan TOR, *event community intern* mengeluarkan kreatifitasnya dalam pembuatan kalimat untuk *talking points* karena setiap event memiliki topik yang berbeda-beda dan harus disesuaikan dengan tema dari *event* tersebut.

Talking points adalah daftar pertanyaan yang akan diajukan oleh pembawa acara kepada narasumber selama berlangsungnya suatu acara atau *talkshow*. Dalam proses penyusunan *talking points*, penulis melakukan riset terlebih dahulu, termasuk mencari informasi tentang latar belakang narasumber dan topik yang akan dibahas dalam acara tersebut. Setelah melakukan riset, penulis membuat daftar pertanyaan yang akan disesuaikan dengan latar belakang narasumber, tema acara, dan berdasarkan *pitch deck* yang telah disiapkan.

Dalam pembuatan *rundown* ataupun TOR sering terjadi beberapa perubahan atau revisi serta tambahan informasi yang diinginkan oleh pembimbing lapangan ataupun klien. Hal tersebut membuat penulis dituntut untuk dapat bekerja dengan cepat agar dapat menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan arahan *Product Owner* dan *Content Manager* agar memenuhi keinginan dari klien dan juga tepat waktu.

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

**TOR for Talkshow From Pain to Purpose  
By Zahra Atsattariy**

**Speakers** : Zahra Atsattariy  
**Host** : Host Internal Event  
**Date/Time** : Sunday, 10 September 2023 / 13:00 - 14:00  
**Location** : Main Stage Fandom Superland Braga, Bandung  
**Type** : Offline, 50 - 100 Attendances  
**Format** : Talkshow  
**Dresscode** : Casual  
**Language** : Indonesian

**About Tulisan Alam**

Tulisan Alam is a community platform with a focus on representation of Gen Z and Millennials Feelings. For now, Tulisan Alam has 800.000 followers across all platforms, 1.700 Whatsapp, Telegram community members.

**Theme of the Talk Show:** EMOTIONAL RELEASE / SOULFUL JOURNEY  
**Topic:** From Pain to Purpose

**Talking Points:**

- Masalah terbesar yang selama ini pernah terjadi di kehidupan kamu
- Gimana cara kamu bisa bangkit dari masalah
- Pelajaran apa yang kamu dapat setelah masalah nya bisa terlewat?
- Apakah ada perubahan yang kamu dapetin sebelum dan setelah masalah itu ada
- Tips n trick untuk tetap survive ketika ada masalah di hidup kita

(+) Talking Points: (kalau waktu masih cukup)

- Langkah preventif yang kamu lakukan agar masalah itu tidak terjadi lagi
- Pesan yang ingin disampaikan ke orang yang sedang menghadapi masalah
- Apa yang saat ini ingin dicapai dan apa yang dilakukan untuk mencapainya?

Gambar 3.5 Term of References for Talkshow From Pain to Purpose  
Sumber: Olahan Penulis (2023)

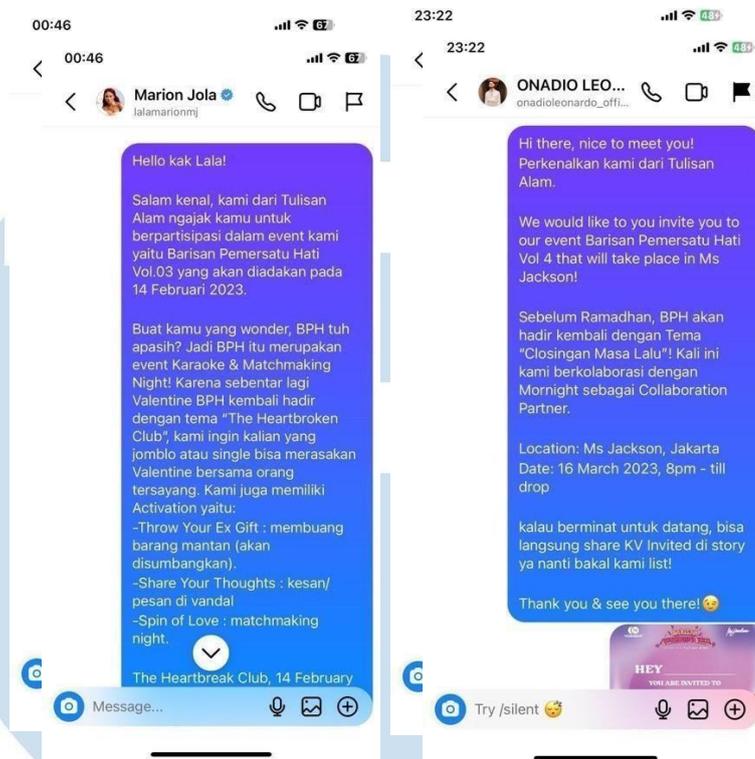
Berikut salah satu tugas penulis ketika membuat *Term of References* pada *event talkshow* Fandom Super Land dengan tema From Pain to Purpose Bersama Zahra Atsattariy. *Talkshow* tersebut diselenggarakan di Bandung pada tanggal 10 September 2023.

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

Setelah itu, tugas lanjutan yang diberikan kepada penulis adalah menentukan narasumber atau *influencer* yang sesuai untuk acara tersebut. Pada masa perkuliahan, pemegang mendapatkan ilmu dari mata kuliah *Digital Marketing* yang mempelajari cara penerapan *influencer marketing communication* pada perusahaan. Dalam mata kuliah digital marketing, pemegang diberikan pembelajaran terkait cara penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran. Salah satu hal yang dipelajari adalah penggunaan media digital seperti media sosial. Di dalam media sosial, salah satu hal yang dapat diperhatikan merupakan penggunaan *influencer marketing*.

Dalam acara Badan Pemersatu Hati (BPH) Karaoke Night, tim internal menggunakan strategi pemasaran, salah satunya adalah penerapan *influencer marketing* untuk acara tersebut. *Influencer marketing* adalah aksi marketing yang dilakukan *brand* atau pengiklan melalui *influencer* dan postingan mereka yang tentunya relevan dengan *target audience* produk tersebut (Yesiloglu & Costello, 2020). Penggunaan jasa *influencer* dianggap dapat membantu acara BPH mendapatkan perhatian dari audiens yang akan meningkatkan *awareness* terhadap *event* yang diadakan oleh @tulisanalam. *Influencer* adalah seseorang yang mempengaruhi keputusan pembelian, biasanya dengan cara membantu mendefinisikan atau menjelaskan spesifikasi dan menyediakan informasi mengenai evaluasi alternatif (Kotler, 2012).

Setelah mengumpulkan beberapa nama narasumber atau *influencer*, daftar tersebut diajukan kepada pembimbing lapangan untuk mendapatkan persetujuan terlebih dahulu. Setelah mendapat persetujuan, magang akan mencari kontak dan menghubungi narasumber atau *influencer* tersebut. Mereka akan membuat *wording invitation* melalui *direct message* akun @tulisanalam yang menawarkan kerjasama dalam acara kami dan menanyakan ketersediaan waktu untuk berpartisipasi. Gambar berikut merupakan salah satu contoh ketika penulis membuat *wording invitation* kepada seorang *influencer* untuk melakukan kerjasama.



Gambar 3.7 Menghubungi Pihak Narasumber atau Influencer  
Sumber: Olahan Penulis (2023)

### C. Event

Tahap ini merupakan diselenggarakannya acara yang telah direncanakan dan dipersiapkan pada tahap *preparation* dan *detailed planning* (Downson & Basset, 2015). Dalam tahap ini, penulis terlibat langsung saat *event* berlangsung. Untuk menyiapkan *rundown* yang telah dibuat dalam tahap *detailed planning* dan diberikan kepada host, narasumber dan seluruh tim internal sebelum acara dimulai. Pada hari H *event* berlangsung, penulis harus berada di *venue* 3 jam sebelum event dimulai untuk mempersiapkan hal-hal yang diperlukan pada saat *event* berlangsung.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.8 Saat Bertugas Mengurus Registrasi Tamu  
 Sumber: Olahan Penulis (2023)



Gambar 3.9 Richard Gibson saat Mengisi Acara BPH Vol.5  
 Sumber: Olahan Penulis (2023)

Event Badan Pemersatu Hati Vol. 5 yang diadakan pada tanggal 26 Mei 2023 di Bajawa Flores Kemang, Jakarta. Pada saat itu, saya bertugas mengurus registrasi kepada audiens yang datang untuk berpartisipasi. Acara tersebut berlangsung cukup meriah karena dibawakan oleh salah satu *influencer* yaitu Richard Gibson.



Gambar 3.10 Talkshow *Dating Styles of Gen Z & Millennials*  
 Sumber: Olahan Penulis (2023)

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

Selain menjalani dan membantu event BPH atau Barisan Pemersatu Hati, pemegang juga mengelola event atau kegiatan mingguan bersama anggota komunitas @tulisanalam dengan berbagai macam kegiatan yang dilakukan secara *offline*. Salah satu kegiatan yang pernah dikelola oleh pemegang adalah Ruang Cerita Offline: Ekspresikan perasaan mu dengan Arts! Kegiatan ini berisi *sharing session* bersama anggota komunitas @tulisanalam. Namun, *sharing session* ini disalurkan dengan cara membuat batik bersama yang diadakan pada tanggal 24 Juni 2023 di Museum Textile, Tanah Abang.



Gambar 3.12 Sharing Session Ngebatik Day Bersama Anggota Komunitas @tulisanalam  
Sumber: Olahan Penulis (2023)



Gambar 3.13 Sharing Session Bersama Anggota Komunitas @tulisanalam  
Sumber: Olahan Penulis (2023)

#### D. Post Event

Pada tahap ini, tim internal bertanggung jawab untuk menyusun evaluasi terhadap acara yang telah dilaksanakan dan menyusun laporan mengenai hasil kegiatan tersebut. Pada Evaluasi ini, seluruh tim internal akan dikumpulkan dalam suatu ruangan dan melakukan penilaian terhadap berbagai elemen, seperti kepuasan audiens, efektivitas promosi, efisiensi pengelolaan anggaran, kesesuaian dengan tujuan acara, dan dampaknya terhadap tujuan jangka panjang organisasi yang menyelenggarakannya. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai sejauh mana acara berjalan dengan baik dan untuk mengambil pembelajaran yang dapat diterapkan dalam perencanaan acara di masa mendatang. Pada tahap ini, peran pemegang tidak terlibat secara langsung dalam proses evaluasi acara. Evaluasi dilakukan oleh inti tim seperti *product owner*, *content manager* dan *community manager* dengan menyusun laporan dari acara tersebut. Pemegang membantu dalam mengumpulkan dokumentasi yang akan digunakan dalam penyusunan *pitch deck* untuk laporan evaluasi.

#### 3.2.3 Kendala Utama

Selama melaksanakan kerja magang pada perusahaan United Creative, penulis menemukan beberapa kendala, sebagai berikut:

- a. Terdapat keterbatasan yang ditemukan penulis dalam praktik kerja magang dengan pelajaran mata kuliah *Digital Marketing* yaitu penulis kurang mempelajari cara penggunaan dan bagaimana cara melakukan pendekatan yang tepat terhadap KOL atau *influencer* di mata kuliah *Digital* serta hal-hal lebih lanjut yang diperlukan saat berhubungan dengan *influencer*, seperti pembuatan SOW (*Scope of Work*).
- b. Intensitas komunikasi pihak tim internal dengan klien. *Event* yang dilakukan Tulisan Alam merupakan *event* yang cukup besar sehingga banyak sekali *miss communication* antara klien dan tim internal. Masih banyak kesalahpahaman yang membuat informasi kurang tersampaikan dengan jelas. Hal tersebut yang membuat saya bingung

ketika membuat *detailed planning event* atau kegiatan komunitas.

### 3.2.4 Solusi

Berdasarkan kendala yang telah ditemukan, solusi yang dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Melaksanakan dan membuat tugas menggunakan konsep yang diajarkan pada matakuliah, namun tetap dengan arahan yang diberikan oleh pembimbing lapangan di tempat magang
- b. Meminta arahan dari pembimbing lapangan di tempat magang, untuk mengajarkan cara pembuatan SOW, dan pendekatan yang tepat untuk menghubungi *influencer*.

