

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Proses kerja magang diarahkan dan dibimbing langsung oleh Agnes Viriana Arsata selaku *Event Marketing Specialist* PergiKuliner yang berwenang dalam mengatur program Festival PergiKuliner dan Angelika Halim sebagai *Head of Event* PergiKuliner yang berwenang dalam mengatur berjalannya keseluruhan event di PergiKuliner. Program Festival PergiKuliner ini menargetkan di mall, *public transportation*, dan perkantoran di sekitar Jabodetabek untuk mengadakan sebuah *event*.

Selama proses kerja magang, tugas *Event Marketing Intern* rutin dalam mencari *tenant* untuk bekerja sama pada setiap *event* yang akan berjalan. Selain itu, *Event Marketing Intern* juga akan menjadi *PIC (Person In Charge)* untuk masing-masing *tenant* yang berhasil diajak bekerja sama dan berkomunikasi dengan *tenant* untuk menginformasikan seluruh kegiatan dan keperluan selama *event* acara berlangsung. *Event Marketing Intern* juga aktif dalam melakukan *brainstorming* terkait kegiatan yang akan dilaksanakan pada saat *event* dan melakukan pematangan untuk persiapan *event*.

Selama masa kerja magang, pemegang melakukan koordinasi dengan *Event Marketing Executive* selaku *PIC (Person In Charge)* dalam sebuah *event* yang sedang berlangsung, lalu merumuskan ide dan gagasan untuk keberlangsungan *event*, serta mencari dan menjaring *tenant* potensial untuk berpartisipasi dalam *event* PergiKuliner. Selain itu, *Event Marketing Intern* juga berkoordinasi dengan *Event Marketing Specialist* dalam menangani aspek perencanaan dan pelaksanaan *event*, termasuk negosiasi harga, mencari *tenant*, dan memantau jalannya acara.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama masa kerja magang, beberapa tugas telah dilaksanakan dengan rincian sebagai berikut :

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas yang dilakukan oleh *Event Marketing Intern* PergiKuliner selama masa kerja magang tercantum dalam tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1 Tugas Utama *Event Marketing Intern*

<i>Pra-Event</i>	Membantu <i>PIC</i> Mencari <i>Tenant</i>	Mencari, menghubungi, dan berkomunikasi dengan <i>tenant</i> untuk menawarkan kerja sama melalui DM Instagram, WhatsApp, dan Email. Menyampaikan tujuan dan teknis kerja sama, serta menjawab semua pertanyaan dari pihak terkait.
	<i>Team Brainstorming</i>	Mengikuti rapat pertemuan tim Festival untuk memperbarui informasi acara dan melakukan <i>brainstorming</i> mengenai kegiatan serta teknis pelaksanaan untuk <i>event</i> yang akan berlangsung.
<i>Event</i>	<i>In Charge</i>	Menjabat sebagai panitia atau anggota kru selama acara, memastikan kelancaran setiap kegiatan dan kepatuhan <i>tenant</i> terhadap aturan yang ditetapkan. Selain itu, bertugas untuk mengarahkan <i>tenant</i> atau pengunjung dan membantu dalam menyebarkan informasi.
	<i>Content Making</i>	Membuat konten berupa kunjungan ke restoran- restoran tertentu, serta

		membuat video dan ulasan untuk aplikasi PergiKuliner.
	<i>Complain Handling</i>	Menangani keluhan dari <i>tenant</i> , kemudian mengalihkannya kepada orang yang bertanggung jawab, yaitu <i>PIC</i> dan Supervisor.
	<i>Direct Marketing</i>	Mengajak pengunjung <i>event</i> untuk <i>follow</i> Instagram @pergikuliner dan bisa mendapatkan <i>free merchandise</i> .
	<i>Effective Persuasive Communication</i>	Mengajak pengunjung <i>event</i> untuk ikut terlibat mengikuti aktivitas-aktivitas yang sudah diadakan (<i>eating challenge</i> , bernyanyi, dan lainnya)
<i>Post-Event</i>	<i>Evaluation</i>	Melakukan evaluasi dengan rapat hasil <i>event</i> (internal) & menyebarkan Google Form mengenai survey kepuasan <i>tenant</i> mengikuti <i>event</i> .

Sumber : Dokumen Perusahaan (2024)

Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang

<i>Event</i>	<i>Festival Taste of Ramadan</i>		<i>Festival Night Market</i>		
	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Membantu <i>PIC</i> Mencari <i>Tenant</i>					
<i>Team Brainstorming</i>					
<i>In Charge</i>					
<i>Content Making</i>					
<i>Complain</i>					

Aktivitas Event Marketing..., Angelica Koeswanto, Universitas Multimedia Nusantara

<i>Handling</i>					
<i>Direct Marketing</i>					
<i>Effective Persuasive Communication</i>					
<i>Evaluation</i>					

Sumber : Data Olahan Pribadi (2024)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah uraian pekerjaan yang dilakukan oleh *Event Marketing Intern* di PergiKuliner. Pekerjaan yang dilakukan oleh *Event Marketing Intern* di PergiKuliner selama masa kerja magang melibatkan proses *onboarding* karyawan magang, yang dimulai dengan riset mengenai *website* dan aplikasi PergiKuliner, serta perbandingan kegunaan berbagai *tools* yang ada. Setelah itu, karyawan magang akan memulai tugas utama sebagai *Event Marketing Intern*, mendapatkan arahan mengenai *job description*. Proses *onboarding* ini bertujuan untuk mengenalkan lingkungan kerja kepada karyawan baru atau selama pelatihan, membantu mereka menyesuaikan diri dengan lingkungan dan tugas kerja (Lutfi, 2023).

Event Marketing yang dilakukan oleh PergiKuliner adalah festival kuliner yang rutin diadakan setiap bulan. Terdapat dua jenis acara yang diselenggarakan, yaitu Festival dan Pop Up. Pemagang menjadi bagian dari Tim Festival, yang berfokus pada festival kuliner di mall, *public transportation*, dan perkantoran disekitar Jabodetabek. Tujuan dari *Event Marketing Intern* Tim Festival adalah untuk menyediakan ruang bagi *tenant* untuk dapat menjual produk *FnB* mereka dalam satu tempat selama beberapa hari. Festival kuliner ini dikenal sebagai PergiKuliner Festival, sebuah acara yang mengumpulkan berbagai *tenant* makanan di satu lokasi. PergiKuliner Festival pertama kali diselenggarakan pada tahun 2019 dan sejak itu telah diadakan lebih dari 50 kali hingga akhir tahun 2023 (Dokumen Perusahaan, 2023).

Berikut uraian pekerjaan kerja magang *Event Marketing Intern* Tim Festival :

1. Mengikuti rapat tim untuk membahas perkembangan terbaru acara dan melakukan sesi *brainstorming* yang mendalam mengenai kegiatan serta teknis yang akan diterapkan selama acara berlangsung.



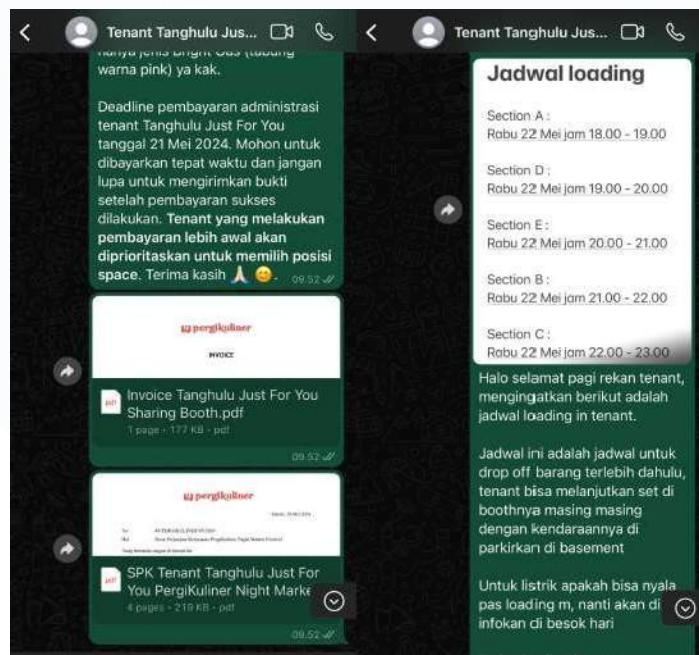
Gambar 3.1 Rapat Tim
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

2. Mencari dan menghubungi *tenant* untuk menawarkan kerjasama acara melalui pesan langsung di Instagram, WhatsApp, dan Email. Membantu menjelaskan tujuan serta detail teknis kerjasama kepada calon *tenant*, serta menjawab semua pertanyaan yang diajukan oleh pihak terkait.

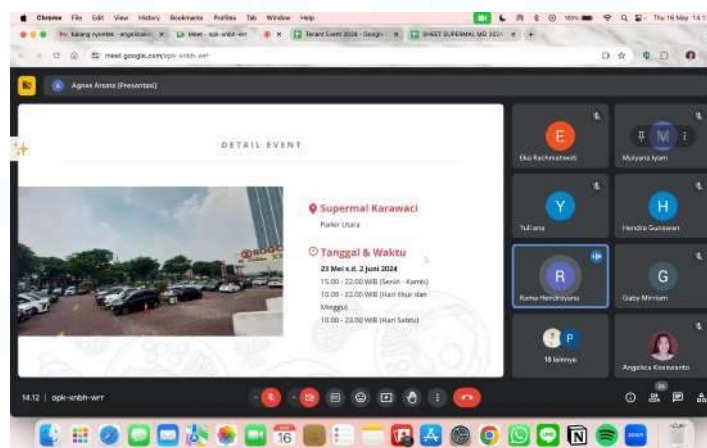


Gambar 3.2 Penawaran Kerjasama Tenant Acara PergiKuliner Festival
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

3. Selama masa persiapan acara, pemegang bertugas menyiapkan semua dokumen yang diperlukan untuk *tenant*, seperti *invoice* dan SPK. Setelah itu, memberikan informasi mengenai jadwal *loading* barang ke *venue* dan merekap data *tenant* yang ada untuk diserahkan kepada *PIC*. Selanjutnya, mengikuti rapat teknis bersama *tenant*, serta rapat teknis dengan pihak *venue* dan kontraktor.

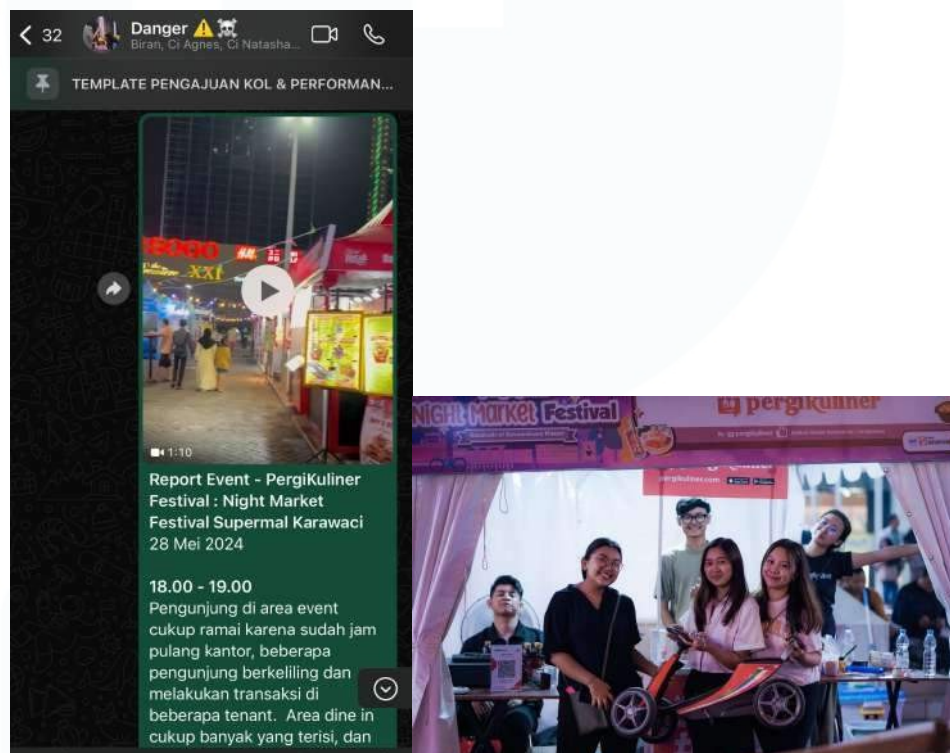


Gambar 3.3 Menyiapkan dan Merekap Data-Data *Tenant*
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)



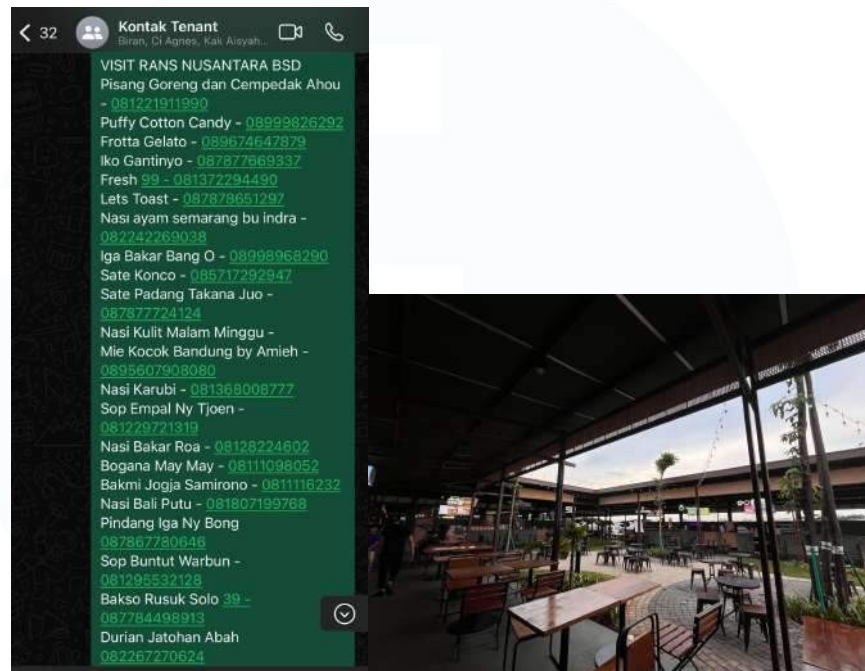
Gambar 3.4 *Technical meeting* dengan *Tenant*, *Venue*, dan Kontraktor
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

4. Selama pelaksanaan acara, pemegang bertugas sebagai staf yang memastikan kelancaran berbagai kegiatan dan acara. Tugas pemegang meliputi mengawasi jalannya acara, memastikan setiap aktivitas berjalan dengan baik, serta memastikan *tenant* mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Selain itu, memberikan arahan kepada *tenant* atau pelanggan dan membantu menyebarkan informasi terkait acara. Menangani keluhan *tenant* yang masuk dan meneruskannya kepada *PIC* dan Supervisor, serta membantu operasional acara.



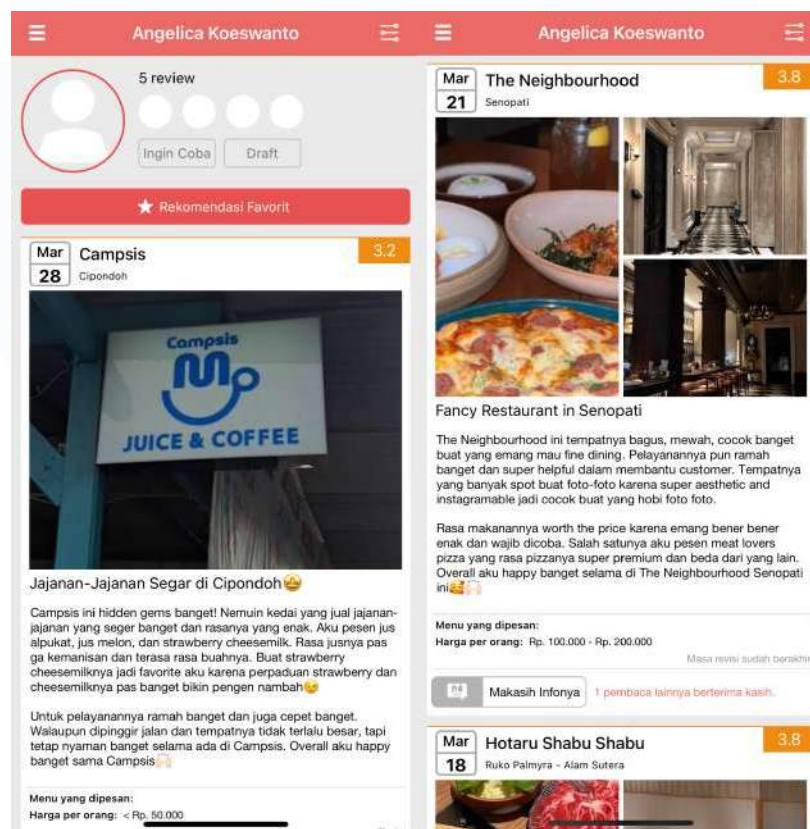
Gambar 3.5 Kegiatan Pelaksanaan Acara
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

5. Mencari kontak *tenant* yang potensial untuk dihubungi dan menawarkan langsung kepada pihak *tenant* untuk bergabung dengan acara PergiKuliner.



Gambar 3.6 Pelaksanaan Pencarian Kontak dan Penawaran Pihak *Tenant*
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

6. Membuat konten promosi *Visit Coupon* dengan mengunjungi beberapa restoran yang telah ditentukan oleh tim *Marketing Communication PergiKuliner*. Tugas pemegang meliputi pembuatan konten video menarik untuk dipublikasikan di aplikasi TikTok dan Instagram, serta ulasan yang detail dan informatif yang akan dipublikasikan melalui aplikasi PergiKuliner.



Gambar 3.7 Ulasan Restoran di aplikasi PergiKuliner
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

- Mengajak pengunjung *event* untuk ikut berpartisipasi dalam setiap aktivitas *event* yang diadakan dengan mengikuti syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan dan bisa mendapatkan hadiah.



Gambar 3.8 *Snap & Share to your Social Media*
 Sumber : Dokumen Perusahaan(2024)

- Membuat survey kepuasan yang disebarakan kepada *tenant* melalui WhatsApp mengenai evaluasi selama *event* berlangsung.

Survei Kepuasan Peserta Acara Pergikulin Night Market Festival @Supermal Karawaci

Dear all tenants,
 Terima Kasih telah berpartisipasi dalam acara Pergikulin Night Market Festival pada tanggal 23 Mei - 2 Juni 2024.

Bantu kami untuk membuat event yang lebih baik lagi dengan mengisi survei kepuasan dibawah ini. Kami sangat terbuka apabila terdapat kritik & saran sebagai evaluasi untuk dapat semakin baik kedepannya.

Terima Kasih!

* Indicates required question

Nama Tenant *

Your answer _____

Berapa kali Anda mengikuti acara Pergikulin Festival? *

1x
 2x
 3x atau lebih

Seberapa puas anda terhadap acara Pergikulin Night Market Festival di Supermal Karawaci? *

	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Netral	Tidak Puas	Sangat Tidak Puas
Secara Keseluruhan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bentuk Kerjasama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Respon Penyelenggara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Venue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Venue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durasi Acara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promosi Pergikulin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proses Acara (Sebelum & Selama Acara Berlangsung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Technical Meeting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Loading In & Loading Out	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promosi yang Diberikan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Apa yang menarik dari acara Pergikulin Night Market Festival di Supermal Karawaci?

Your answer _____

Apa yang kurang menarik dari acara Pergikulin Night Market Festival di Supermal Karawaci?

Your answer _____

Kritik & Saran untuk Pergikulin Night Market Festival di Supermal Karawaci

Your answer _____

Get link

er submit passwords through Google Forms.

Gambar 3.9 Survei Kepuasan Tenant
 Sumber : Dokumen Perusahaan(2024)



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

Gambar 3.8 merupakan rincian siklus pencarian tenant untuk acara PergiKuliner Festival. Tugas *event marketing* adalah mencari dan mengajak *tenant* untuk berpartisipasi dalam acara. Pencarian tenant biasanya dilakukan melalui media sosial Instagram. Setelah menemukan calon *tenant*, *event marketing* menghubungi mereka melalui *direct message (DM)* di Instagram untuk menanyakan ketertarikan dan mendapatkan kontak *PIC tenant*. Setelah mendapatkan respons dan kontak *PIC*, *event marketing* mengirimkan proposal penawaran melalui WhatsApp dan mendiskusikan detail lebih lanjut di platform tersebut. Selain Instagram dan WhatsApp, diskusi juga dapat dilakukan melalui Email.

Dalam proses diskusi, negosiasi harga dengan calon *tenant* mungkin terjadi. Setiap negosiasi harus diinformasikan kepada supervisor atau *event specialist* untuk pertimbangan lebih lanjut. Jika calon *tenant* setuju untuk berpartisipasi dan mencapai kesepakatan, *event marketing* yang menghubungi akan menjadi *PIC* untuk *tenant* tersebut. Mereka akan melakukan tindak lanjut untuk pembayaran,

mengirimkan *invoice* dan SPK, serta mengumpulkan data *tenant* seperti logo, data listrik, data barang elektronik, foto produk, dan menu yang akan dijual saat acara, dan memastikan semua data tersebut akurat. Saat berhubungan dengan tenant atau mewakili perusahaan, seorang *event marketing* harus menjaga etika komunikasi yang baik, menghormati lawan bicara, dan memberikan pelayanan terbaik untuk membangun hubungan yang baik (Courtland L. & John V. Thill, 2018).

Dalam menjalankan *event marketing*, hubungan juga dijalin dengan pihak eksternal seperti *venue*, *media partner*, *performance*, dan *influencer*. Kontribusi yang telah dilakukan pemegang untuk acara PergiKuliner Festival meliputi dua acara. *Venue* acara tersebut adalah di Mall @ Alam Sutera (Tangerang Selatan) dan Supermal Karawaci (Tangerang Selatan).

Event di Mall @ Alam Sutera diselenggarakan dari tanggal 20 Maret hingga 31 Maret 2024, dengan tema Festival *Taste of Ramadan*. Targetnya adalah mencari dan mengajak 34 *tenant* yang menjual makanan atau minuman yang cocok untuk berbuka puasa. Pada *event* ini, penulis sebagai *event marketing intern* bertugas menjadi staff yang bertanggung jawab memastikan kelancaran berbagai kegiatan dan *event* di lapangan (Mall @ Alam Sutera). Tugas pemegang meliputi mengawasi jalannya acara serta memastikan setiap aktivitas berjalan dengan lancar, termasuk memastikan bahwa para *tenant* mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Lalu pemegang mendokumentasikan dan membuat laporan kegiatan harian yang mencatat jalannya acara, termasuk masalah yang muncul dan tindakan yang diambil untuk menanganinya. Selain itu, pemegang juga menjalankan *activity* untuk menarik *crowd* dan meningkatkan *brand awareness*, seperti *free tester* dengan *scan QR code* melalui aplikasi PergiKuliner. Kemudian juga ada undian *free merchandise* dengan share moment keseruan di PergiKuliner Festival. Serta khusus di *event* ini, PergiKuliner menyediakan takjil gratis kepada pengunjung festival *Taste of Ramadan* hanya dengan registrasi aplikasi PergiKuliner.



Gambar 3.11 Pelaksanaan Acara Festival Taste of Ramadan
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

Event selanjutnya di Supermal Karawaci yang diselenggarakan dari tanggal 23 Mei hingga 2 Juni 2024, dengan tema *Night Market Festival*. Acara ini adalah acara pertama yang pemegang tangani sejak tahap awal perencanaan dan merupakan *event* festival terbesar PergiKuliner tahun ini. Perencanaan dimulai dengan rapat tim untuk mendiskusikan perkembangan terbaru acara dan melakukan sesi *brainstorming* terperinci mengenai kegiatan serta teknis yang akan diimplementasikan selama pra-pelaksanaan dan pelaksanaan acara. Lalu berdiskusi meliputi penentuan tema, operasional, dan strategi pemasaran.

Setelah perencanaan, proses eksekusi dimulai. Targetnya adalah mencari dan mengajak 93 *tenant* dari tenant pilihan, *live cooking*, luar kota, *influencer*, dan viral. Pemegang menjadi *PIC* untuk setiap *tenant* yang berhasil diajak bekerja sama. Seminggu sebelum acara, diadakan *technical meeting online* melalui Google Meet yang dihadiri oleh semua *tenant* dan pihak *venue*. Pada pertemuan ini dibahas peraturan yang diberlakukan oleh penyelenggara dan *venue* yang harus diikuti oleh seluruh *tenant*. Dua hari sebelum acara dimulai, dilakukan pengecekan kontrol *tenant* saat *loading* barang.

Selama acara, pemegang berperan sebagai staf yang memastikan kelancaran berbagai kegiatan dan acara, termasuk menjadi *PIC* untuk *tenant* dan pengisi acara, membantu operasional, dan menjalankan ide-ide seperti *fun games* yang telah didiskusikan dalam sesi *brainstorming*. Membuat report event situation setiap jam

yang dikirim di grup besar event. Melayani pengunjung yang ingin bermain (sewa mobil-mobilan anak-anak, memancing, melukis, dsb). Pemegang juga menjalankan activity untuk meningkatkan brand awareness, seperti undian free merchandise dengan share moment keseruan di PergiKuliner Festival. Serta khusus di event ini, PergiKuliner mengundang guest star Jaz Hayat pada tanggal 25 Mei 2024.



Gambar 3.12 Pelaksanaan Acara Festival Night Market
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

Event terakhir yaitu bertempat di Kota Kasablanka bertemakan Festival Pekan Jajanan Jepang & Korea pada tanggal 3 hingga 14 Juli 2024. *Event* ini masih berproses, pada *event* ini pemegang berkontribusi dari tahap awal, yaitu mulai dari rapat tim yang mendiskusikan perkembangan terbaru acara dan melakukan sesi *brainstorming* yang terperinci mengenai kegiatan serta teknis yang akan diimplementasikan selama pra-pelaksanaan dan saat pelaksanaan *event*. Kemudian mencari tenant dengan target 33 *tenant* dengan 2 jenis *section* yaitu Jepang dan Korea. Per-tanggal 10 Juni 2024 sudah resmi 12 *tenant* yang masuk dari 33 *tenant* diantaranya 7 *tenant* Korea dan 5 *tenant* Jepang.



Gambar 3.13 Proses Event Festival Pekan Jajanan Jepang & Korea Kota Kasablanka
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses kerja magang, terdapat beberapa kendala yang ditemukan. Saat *brainstorming*, ide yang diajukan sering kali sudah pernah dijalankan atau sulit mendapatkan ide yang cukup baik untuk dilaksanakan. Dalam pencarian *tenant*, seringkali sulit menemukan *brand* yang cocok karena kurang sesuai dengan tema *event*. Selain itu, materi atau data yang dibutuhkan dari beberapa pihak terkadang lama dikirimkan atau sering mengalami perubahan, sehingga menghambat pembuatan rekap data.

Selama masa *pra-event*, pemagang menghadapi kendala signifikan ketika *PIC* yang bertanggung jawab mendadak mengundurkan diri. Situasi ini menciptakan kebingungan di kalangan pemagang, yang sangat bergantung pada arahan dan bimbingan *PIC* tersebut. Kehilangan figur kunci ini mengharuskan pemagang cepat beradaptasi dengan *PIC* baru, yang mungkin belum sepenuhnya memahami seluruh rencana dan detail acara. Selain itu, terdapat ketidaksesuaian antara target jumlah pengunjung yang dijanjikan dalam proposal dengan jumlah pengunjung yang sebenarnya hadir di *event*. Kesenjangan ini menimbulkan berbagai komplain dari *tenant* yang merasa dirugikan karena harapan mereka tidak terpenuhi. Pemagang harus menangani komplain tersebut dengan bijaksana untuk memberikan penjelasan yang jelas dan memahami kekecewaan dari *tenant*.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Selama proses kerja magang, beberapa solusi telah diterapkan untuk mengatasi kendala yang muncul. Untuk menghasilkan ide baru, pemegang mencari referensi dari berbagai sumber dan meninjau aktivitas, ide, serta promosi yang telah dilakukan sebelumnya. Pemegang juga mendata *brand* yang sesuai dengan tema acara sebelum melakukan penawaran. Selain itu, pemegang rutin melakukan *follow-up* kepada pihak *tenant* untuk memastikan materi atau data yang dibutuhkan segera dikirimkan dan sudah benar tanpa perubahan.

Saat *PIC* yang bertanggung jawab mengundurkan diri, penting untuk memperkuat komunikasi internal dan beradaptasi dengan tim. Menurut teori Komunikasi Organisasi oleh McQuail, Deuze, dan Duffy (2015), komunikasi internal yang baik sangat penting untuk menjaga koordinasi dan kolaborasi dalam organisasi. Pemegang berkomunikasi secara terbuka dengan *PIC* baru untuk memastikan pemahaman yang tepat tentang tanggung jawab dan harapan. Pertemuan rutin dan saluran komunikasi yang terbuka membantu mengurangi kebingungan dan memfasilitasi transisi yang lancar.

Untuk mengatasi kesenjangan antara target pengunjung dan pengunjung sebenarnya, *event organizer (EO)* dapat memperbarui strategi promosi dengan lebih menekankan komunikasi dua arah. Interaksi antara produsen dan konsumen sangat penting dalam merumuskan pesan pemasaran yang efektif (Smith dan Zook, 2015). *EO* dapat menggunakan riset pasar untuk memahami preferensi dan harapan pengunjung potensial, kemudian menyesuaikan pesan promosi agar lebih sesuai dengan target audiens. Lalu juga dengan meningkatkan komunikasi interaktif dengan pengunjung melalui media sosial, email, atau survei *online* untuk mendapatkan umpan balik yang berguna.