

**PERAN *EVENT MARKETING INTERN* DALAM MENCARI
TENANT UNTUK *EVENT* PergiKuliner**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Devani Hizkia Budiman

00000055145

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA TANGERANG
2024**

**PERAN *EVENT MARKETING INTERN* DALAM MENCARI
TENANT UNTUK *EVENT* PergiKuliner**



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi

Devani Hizkia Budiman

0000055145

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Devani Hizkia Budiman

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055145

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**PERAN *EVENT MARKETING INTERN* DALAM MENCARI *TENANT*
UNTUK *EVENT* PergiKuliner**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Juni 2024



Devani Hizkia Budiman

HALAMAN PERSETUJUAN

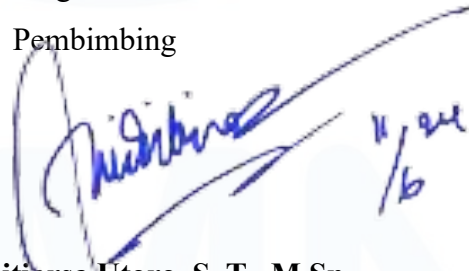
Laporan Magang dengan judul
**PERAN *EVENT MARKETING INTERN* DALAM MENCARI
TENANT UNTUK *EVENT* PergiKuliner**

Oleh

Nama : Devani Hizkia Budiman
NIM : 00000055145
Program Studi : Ilmu Komuniiasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 11 Juni 2024

Pembimbing



Dr. Arsa Widitiarsa Utoro, S. T., M.Sn.

NIDN 0313068201

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos.,

M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul
PERAN *EVENT MARKETING INTERN* DALAM Mencari *TENANT*
UNTUK *EVENT* PergiKuliner

Oleh

Nama : Devani Hizkia Budiman
NIM : 00000055145
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2024


Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan


LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji


**Dr. Arsa
Widitiarsa Utoyo**
2024.06.26
08:20:14 +07'00'
Dr. Arsa Widitiarsa Utoro, S. T., M.Sn.
NIDN 0313068201


Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.
NIDN 0307128703

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Devani Hizkia Budiman
NIM : 00000055145
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

*PERAN EVENT MARKETING INTERN DALAM MENCARI TENANT
UNTUK EVENT PergiKuliner*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas *Royalty Non* eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 11 Juni 2024

Yang menyatakan,


Devani Hizkia Budiman

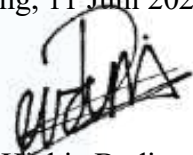
KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: “PERAN *EVENT MARKETING INTERN* DALAM Mencari *TENANT* UNTUK *EVENT* PergiKuliner” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 Jurusan Komunikasi Strategis Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M. Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan selama praktik kerja magang dan penyusunan laporan ini.
5. Ibu Michelle Stefanie Thio, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya proses kerja magang.
6. Kepada Perusahaan PT Online Media Guna (PergiKuliner) yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik kerja magang.
8. Semua pihak yang secara tidak langsung membantu penulis selama melaksanakan praktik kerja magang hingga penulisan laporan magang yang tidak bisa penulis sebut satu-satu.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan laporan ini di masa depan. Penulis berharap laporan magang ini tidak hanya bermanfaat sebagai syarat kelulusan, namun juga dapat digunakan dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan.

Tangerang, 11 Juni 2024



Devani Hizkia Budiman



PERAN *EVENT MARKETING INTERN* DALAM Mencari *TENANT* UNTUK *EVENT* PergiKuliner

Devani Hizkia Budiman

ABSTRAK

Laporan ini membahas mengenai pengalaman magang penulis di PT Online Media Guna (PergiKuliner) sebagai *event marketing intern*. Dengan fokus utama mencari *tenant* untuk bergabung dalam *event* yang diadakan, yaitu *Pop Up Festival*, *event* yang ditujukan di daerah perkantoran, kampus, dan *common space*. Tugas yang dilaksanakan adalah mencari *tenant* untuk *event*, dimulai dari pendekatan awal melalui Instagram, berlanjut ke WhatsApp untuk diskusi dan negosiasi, hingga berhasil mendapatkan partisipasi *tenant*. Selain itu, peserta magang juga terlibat dalam menjaga jalannya acara dan menangani keluhan dari peserta acara, serta menjalin relasi yang baik dengan para *tenant*. Selama masa magang, penulis menghadapi beberapa kendala, seperti kesenjangan antara teori komunikasi interpersonal dan persuasi yang dipelajari di bangku kuliah dengan praktik nyata di lapangan. Tantangan utama yang dihadapi adalah penolakan dari *tenant* dan kesulitan dalam melakukan *follow up* yang efektif. Untungnya penulis berhasil mengatasi masalah tersebut dengan bantuan dari mentor. Laporan ini juga mengungkapkan peran penting peserta magang dalam memperkuat hubungan dengan *tenant*, serta dalam memanfaatkan *platform* media sosial untuk meningkatkan dampak acara. Magang ini menyoroti bahwa peserta magang berhasil memahami cara kerja *event marketing*, mengimplementasikan pengetahuan teoretis dalam praktik, dan mengembangkan *soft skills* penting yang akan berguna di masa depan.

Kata kunci: *Event marketing intern*, *Tenant*, Komunikasi Persuasi

*THE ROLE OF EVENT MARKETING INTERN IN FINDING TENANT FOR
PergiKuliner EVENT*

Devani Hizkia Budiman

ABSTRACT (English)

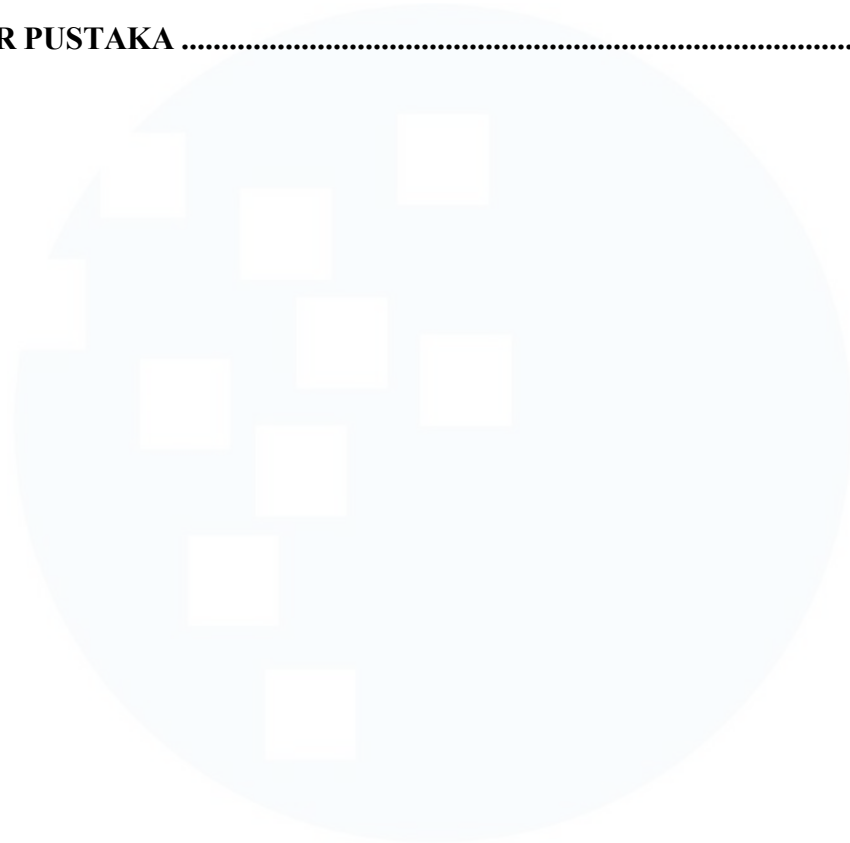
This report discusses the author's internship experience at PT Online Media Guna (PergiKuliner) as an event marketing intern. The main focus was on sourcing tenants to participate in the Pop Up Festival, an event targeting office areas, campuses, and common spaces. The tasks involved searching for tenants, starting with initial approaches via Instagram, progressing to WhatsApp for discussions and negotiations, until successfully securing tenant participation. Additionally, the intern was involved in managing event logistics, handling participant complaints, and maintaining good relationships with tenants. Throughout the internship, the author faced challenges such as bridging the gap between theoretical knowledge of interpersonal communication and persuasion learned in academia and real-world practices. The main challenges included tenant rejections and difficulties in effective follow-up. Fortunately, with mentorship, the intern managed to overcome these challenges. The report also highlights the intern's significant role in strengthening tenant relationships and utilizing social media platforms to enhance event impact. This internship underscored the intern's comprehension of event marketing operations, implementation of theoretical knowledge into practice, and development of crucial soft skills applicable for the future.

Keywords: *Event marketing intern, Tenant, Persuasive Communication*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.1 Waktu Kerja Magang.....	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	7
2.2 Visi Misi.....	8
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	8
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	12
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	12
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	12
3.2.1 Tugas Kerja Magang	13
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	14
3.3 Kendala yang Ditemukan	31
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	32

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	34
4.1 Simpulan.....	34
4.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	37



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Kerja Magang	4
Tabel 3. 1 Tugas Utama <i>Event Marketing Intern</i>	12
Tabel 3. 2 <i>Event Pop Up Festival 2024</i>	16



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan PergiKuliner	6
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Online Media Guna.....	8
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Departemen <i>Marketing Communication</i>	8
Gambar 3.1 <i>Database Tim Pop Up Festival</i>	15
Gambar 3.2 Tahap <i>Approaching</i> hingga <i>Dealing</i>	16
Gambar 3.3 <i>Tenant Devani pada Pop Up Festival CIBIS Park Office</i>	17
Gambar 3.4 Poster <i>Pop Up Festival Goes to Springhill</i>	18
Gambar 3. 5 <i>Tenant yang diundang pada Pop Up Festival Goes to Springhil</i>	19
Gambar 3. 6 <i>Chat Tenant dengan Penulis</i>	20
Gambar 3.7 <i>Chat Tenant dengan Penulis</i>	20
Gambar 3.8 <i>Chat Tenant dengan Penulis</i>	21
Gambar 3.9 <i>Chat Tenant dengan Penulis</i>	21
Gambar 3.10 <i>Chat Tenant dengan Penulis</i>	22
Gambar 3.11 <i>Chat Tenant dengan Penulis</i>	23
Gambar 3.12 <i>Chat Tenant dengan Penulis</i>	23
Gambar 3.13 <i>Chat Tenant dengan Penulis</i>	24
Gambar 3.14 <i>Chat Tenant dengan Penulis</i>	24
Gambar 3.15 <i>Persiapan saat Event Berlangsung</i>	25
Gambar 3.16 <i>Jumlah Visitor Pop Up Festival Goes to Springhill</i>	26
Gambar 3.17 <i>Pembagian Free Merchandise Pop Up Festival Goes to Springhill</i>	26
Gambar 3.18 <i>Komunitas Poundfit</i>	27
Gambar 3.19 <i>Chat Tenant dengan Penulis</i>	28
Gambar 3.20 <i>List Tenant Devani di Pop Up Festival Goes to Springhill</i>	29

DAFTAR LAMPIRAN

A.	Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	38
B.	Kartu MBKM - MBKM 02	39
C.	<i>Daily Task</i> MBKM - MBKM 03	40
D.	Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	91
E.	Surat Penerimaan MBKM (LoA)	92
F.	Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	93
G.	Hasil Karya Tugas selama MBKM	94

