

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan praktek kerja magang di *Continuing Education Department* (CED) yang merupakan satu bagian dengan *marketing* Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Penulis melaksanakan *internship* dengan posisi kedudukan *Marketing Event Management* yang dimulai pada tanggal 1 Februari 2024 sampai dengan 21 Mei 2024.

3.1.1 Kedudukan

Saat mengikuti program magang di *Continuing Education Department* UMN, penulis diberikan kedudukan pada bagian *marketing event management*. Sebagai *marketing event management*, penulis bertugas untuk merancang dan melaksanakan *event-event* yang dapat meningkatkan *awareness* dari CED. Selain melaksanakan dan merancang *event*, penulis juga terlibat dalam pembuatan konten *social media* yang dimiliki CED, seperti Instagram Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA), Instagram CED, dan TikTok CED. Tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan program kerja magang di CED UMN, diberikan oleh Pak Johannes T. Boro sebagai Manager CED, dan Mba Restia Tities, Mba Rizqy, Mba Anastasia Festi, dan Mba Puji Rianasari sebagai staff CED.

3.1.2 Koordinasi

Menurut Kustari, Purnamasari & Adiarsa (2021) koordinasi merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh sebuah organisasi untuk mengharmonisasikan elemen-elemen yang ada agar tercipta integrasi yang efektif antar elemen tersebut. Koordinasi ini dilakukan oleh sebuah organisasi karena koordinasi adalah hal yang penting untuk mewujudkan keseimbangan dan kerja sama antar anggota organisasi tersebut. Dalam teori koordinasi yang dikemukakan oleh Hasibuan terdapat empat

dimensi yang dapat mempengaruhi koordinasi, yaitu kesatuan tindakan, komunikasi, pembagian kerja, dan disiplin.(Kustari, dkk, 2021)

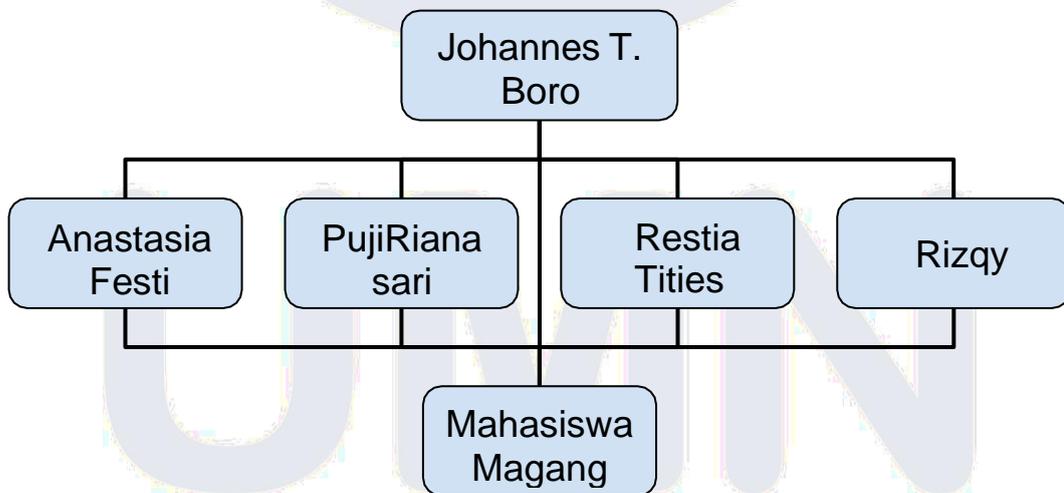
Selama melakukan pelaksanaan program kerja magang, ada beberapa tugas yang diberikan kepada penulis. Tugas utama penulis yang merupakan perancangan *event* untuk membangun *awareness* CED ini diberikan oleh Pak Johannes yang merupakan *manager* dari CED UMN. Dalam perancangan *event*, penulis melakukan beberapa *brainstorming* dengan tim magang untuk memikirkan *event* seperti apa yang berpotensi untuk menaikkan *awareness* program-program CED. Setelah melakukan *brainstorming*, penulis mempresentasikan ide tersebut kepada Pak Johannes untuk mendapatkan *approval* bahwa *event* tersebut sudah dapat diterapkan. Setelah penulis mendapatkan *approval* mengenai *event-event* yang sudah dirancang, penulis kembali melakukan riset dan analisis secara mendalam dengan tim magang untuk mematangkan *event* tersebut hingga kemudian dipresentasikan kembali kepada Pak Johannes untuk diaplikasikan *event* tersebut menjadi nyata.

Tidak hanya merancang *event*, penulis juga ikut serta dalam membantu menjalankan *event* yang telah direncanakan oleh CED. Pada masa magang penulis, program *event* CED yang sedang berjalan yaitu program Pelatihan Multimedia Pesantren dari Kemenag. Dalam pelaksanaannya penulis ikut serta dalam membantu berjalannya *event* ini dengan membantu Mba Rizqi selaku PIC *event* tersebut untuk pembuatan *cue card*, *press release* dan *video editing* dokumentasi *event* ini.

Selain merancang *event*, penulis juga mendapatkan tugas untuk mengurus *social media* dari CED dan BIPA. Untuk konten Instagram dari BIPA, Mba Anastasia Festi yang menjadi PIC, sedangkan konten Instagram dan Tik Tok CED yang menjadi PIC-nya adalah Mba Tities. Dalam meng-*handle social media*, alur pekerjaan memiliki kemiripan dengan perancangan *event* yang dimana penulis memikirkan konten apa yang dapat menarik bagi *followers* CED. Kemudian,

konten-konten yang telah direncanakan ini akan ditunjukkan kepada *PIC* yang bersangkutan untuk mendapatkan *approval* bila konten tersebut sudah baik dan dapat di-*upload* di *media social*. Setelah mendapatkan *approval*, konten tersebut akan dimatangkan oleh 2 pihak, yaitu tim *desain* dan tim *copywriter*. Setelah *caption* dan *desain* telah selesai, penulis akan menunjukkan ke *PIC* yang bersangkutan untuk mendapatkan *approval* bahwa konten tersebut sudah dapat di-*upload* di *social media* CED & BIPA.

Dalam meng-*handle social media*, penulis juga diberi tanggung jawab untuk membuat konten yang dapat digunakan sebagai bahan *social media ads*. *Social media ads* ini ditujukan untuk mempromosikan program-program CED kepada pihak *internal* dan *eksternal*. Untuk program iklan *German Language Course* Mba Puji yang akan menjadi *PIC*, dan untuk program iklan *Korean & Japanese Language Course* ini Mba Tities yang akan menjadi *PIC* untuk program bahasa tersebut.



Gambar 3.0 Bagan Koordinasi Kerja Magang

Sumber : Data Laporan Magang 2024

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di *Continuing Education Department* (CED) UMN selama 640 jam kerja, penulis diberikan tanggung

jawab oleh Bapak Johannes Boro manager CED sebagai *Marketing Event Management*, yang dimana dalam hal ini ada beberapa tanggung jawab dan tugas pekerjaan yang dipercayakan oleh Supervisi dan *Staf-staf* CED kepada penulis. Dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab yang diberikan, penulis telah menerapkan ilmu yang sebelumnya sudah dipelajari di mata kuliah *Special Event & Brand Activation*.

Tabel 3.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang

No	Keterangan	Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
I	<i>Event Management</i>																
	Program <i>Event</i> Pelatihan Multimedia Pesantren																
	Program kerja sama Orientasi Mahasiswa Baru																
	Program kerja sama kuliah tamu English 2																
	Program <i>Korean Day Event</i>																
II	<i>Social Media Marketing</i>																
	Membuat Konten informasi																

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Selama periode kerja magang berlangsung dari bulan Februari hingga bulan Mei, tugas utama penulis adalah sebagai *Marketing Event Management*, yang dimana penulis sendiri diminta secara langsung dari atasan untuk merancang suatu konsep atau strategi *event* dalam meningkatkan *awareness* bagi perusahaan tempat penulis melaksanakan kerja magang. Selain pada tugas utama sebagai

Marketing Event Management, penulis memiliki tugas lainnya dalam merancang konsep *Social Media Marketing*.

Dalam melaksanakan *Event Management*, fokus utama pekerja magang adalah menciptakan suatu ide-ide yang mencakup konsep perencanaan, tema yang akan dibawakan, menyusun *proposal event*, serta membuat strategi secara *detail* dengan konsep acara. Selama periode pembuatan perencanaan dan strategi *event* ini, pekerja magang belajar bagaimana cara menetapkan suatu konsep yang sesuai dengan kebutuhan *stakeholder*, belajar bagaimana cara membuat suatu strategi dalam membuat suatu kegiatan *event* baik dalam skala besar maupun dalam skala kecil, serta bagaimana cara pekerja magang dapat berinteraksi dengan para pemangku kepentingan secara profesional.

Pada bagian *Social Media Marketing*, pekerja magang terlibat dalam pembuatan suatu konsep perencanaan konten sosial *media* untuk *Continuing Education Department (CED)*. Dalam pembuatan konsep perencanaan, pekerja magang berfokus kepada pengembangan strategi pada sosial *media* CED, seperti; penulisan *copywriting* yang sesuai *caption* zaman sekarang, serta pelaksanaan pembuatan konten promosi dan pengenalan program yang dilakukan di berbagai *media platform* sosial. Dari hal ini, pekerja magang dapat mempelajari bagaimana suatu kinerja hasil dari sosial media tersendiri dapat mengukur suatu keberhasilan atau tidaknya dari strategi konsep perencanaan yang telah pekerja magang implementasikan.

3.2.1 Uraian Kerja *Event Management*

Menurut Joe Goldblatt (dalam Tafarannisa, Nursilah, dan Haerudin, 2021) Manajemen *event* merupakan serangkaian kegiatan profesional yang dimana di dalam kegiatan tersebut mengumpulkan serta mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan dapat mengikuti pendidikan, perayaan, melakukan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan, membuat *desain* poster kegiatan, serta bagaimana dapat merealisasikan hadirnya suatu acara kegiatan.

Sedangkan menurut Any Noor (dalam Tafarannisa, Nursilah, dan Haerudin, 2021) Manajemen *event* adalah merupakan kegiatan pengorganisasian yang dimana kegiatan *event* ini diselenggarakan oleh suatu komunitas atau sebuah lembaga yang dikelola berlandaskan efisien, efektif, dan juga profesional baik dalam membangun sebuah perencanaan, pelaksanaan, hingga selesainya suatu kegiatan acara.

Manajemen *event* sendiri merupakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan pengorganisasian yang dikelola secara baik secara sistematis, efisien, serta efektif sesuai dengan konsep perencanaan, pelaksanaan, dan juga pengawasan. Selama periode magang, pekerja magang berkontribusi dalam satu *event* besar yaitu *event* Program Multimedia Pesantren, tidak hanya dalam *event* yang besar, tetapi juga pekerja magang merancang tiga konsep *event*, diantaranya; *event* Orientasi Mahasiswa Baru, *event English 2*, dan juga *event Korean Day*. Dalam ketiga *event* yang pekerja magang telah rancang, satu diantaranya telah berjalan dan dua diantaranya lagi merupakan *event* yang akan datang. Tentunya, ketiga *event* ini memiliki konsep yang berbeda-beda, hal ini dikarenakan latar belakang serta tujuan dalam pembuatan *event*nya pun memiliki perbedaan. Pada proses pembuatan perencanaan manajemen *event* yang penulis kerjakan, proses ini penulis rancang serta implementasikan ke dalam 5 tahapan proses manajemen, yakni: *Researching, Design, Planning, Coordinating, dan Evaluation*.

1) **Event Program Pelatihan Multimedia Pesantren**

Program Multimedia Pesantren merupakan salah satu program *event* yang besar yang dirancangan oleh *Continuing Education Department (CED)*. Latar belakang program multimedia pesantren merupakan bukti keberhasilan menjawab tantangan zaman modernitas. Akselerasi dari modernitas ini mengalami perubahan yang cepat, sehingga pesantren pun dituntut untuk cepat tanggap, sehingga eksistensinya tetap relevan dan signifikan. Salah satu program pengembangan kompetensi *event* pesantren ini terdiri dari empat program, yakni; Program Pelatihan *Graphic Design*, Program Pelatihan

Videography, Program Pelatihan *Digital Branding* dan *Marketing*, dan yang terakhir Program Pelatihan *Programming*.



Gambar 3.1 *Business Proposal* CED

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Event Program Pelatihan Multimedia Pesantren ini merupakan salah satu program beasiswa yang diberikan kepada santri Indonesia untuk dapat memperluas serta mengembangkan *skill* kompetensi mereka dalam segi aspek *digital*. Periode kegiatan *event* ini berlangsung selama 1 bulan, mulai dari 19 Februari hingga 19 Maret pada masing-masing sub program pilihan yang disediakan.

Pada *event* Program Multimedia Pesantren ini, pekerja magang mendapatkan *job description* sebagai penanggung jawab konsumsi, yang dimana pekerja magang harus memastikan alur *flow breakfast, coffee break*, dan juga *lunch* harus telah disediakan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, dan tidak boleh sampai terlewat. Selama satu bulan pelaksanaan *event* Program Multimedia Pesantren ini, pekerja magang juga selalu memastikan bahwa kelas-kelas yang akan dipakai nantinya oleh para santri-santri pesantren dalam keadaan yang bersih dan juga nyaman untuk menjadi tempat pembelajaran berlangsung.



Gambar 3.2 Ruang Kelas Program Pelatihan *Desain* Grafis

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Suasana ruang kelas yang disediakan pada *event* program pelatihan Kementerian Agama (Kemenag), yang dimana para peserta santri pada hari pertama sudah diajarkan oleh para dosen-dosen UMN untuk dapat memahami dasar-dasar komunikasi *visual*, yang didalamnya terdapat *creative design thinking* dan elemen-elemen *desain* grafis.



Gambar 3.3 Fasilitas Ruang Program Pelatihan Videografi

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Salah satu suasana fasilitas yang disediakan pada *event* program pelatihan Kemenag ini adalah *studio film* yang disediakan bagi para peserta santri yang mengikuti sub program videografi. Tujuan dari program pelatihan *videography* ini adalah untuk dapat mempraktikkan serta mengimplementasikan sebuah karya videografi, dalam bentuk *vlog*, *short video*, *film*, hingga *company profile*.



Gambar 3.4 Kegiatan Para Santri Pesantren

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Selain pada kegiatan belajar mengajar, CED juga menyediakan fasilitas lainnya seperti bermain sepak bola atau olahraga lainnya bagi para santri untuk dapat mengisi hari dengan berolahraga.

Satu hari sebelum acara pembukaan program pelatihan event multimedia ini, pihak tim telah berkoordinasi terlebih dahulu kepada pihak *building management* UMN, hal ini guna untuk dipersiapkan segala sesuatunya, mulai dari tempat *lecture hall* yang akan dipakai untuk pembukaan acara, persiapan *cue card* untuk MC, mempersiapkan *backdrop* untuk acara penyambutan para petinggi-petinggi acara dan juga para santri pesantren, dan hal yang tak kalah penting adalah mempersiapkan *liaison officer* (LO) untuk mendampingi anak-anak santri untuk pengarahan selanjutnya setelah selesai acara pembukaan. Bahkan sebelum

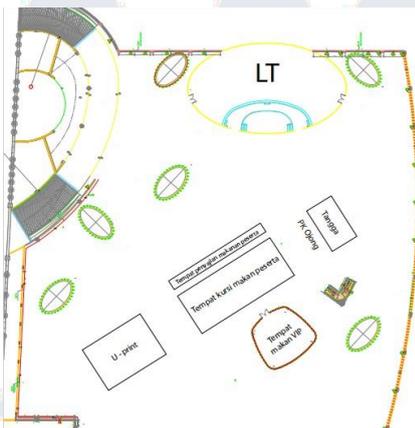
berlangsungnya *event*, para pihak-pihak tim CED sudah mempersiapkan segala sesuatunya, seperti; *snack*, *coffee break*, dosen pengajar, bahkan hingga mempersiapkan perencanaan untuk pameran dan juga *company visit*.



Gambar 3.5 *Company Visit* Perusahaan Kompas Gramedia

Sumber : Data Laporan Magang 2024

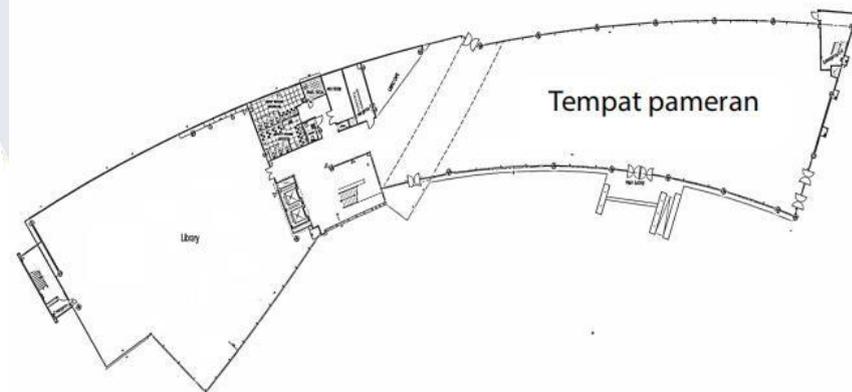
Company visit ini dilakukan pada tanggal 18 Maret 2024, yang dimana para santri-santri pesantren dan juga pihak tim CED mengunjungi salah satu perusahaan yang menaungi UMN, yakni Kompas Gramedia.



Gambar 3.6 Peta Denah Lobi Gedung D yang akan menjadi tempat acara penutupan Program *Event* berlangsung

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Pada saat sebelum acara penutupan, pihak tim telah mensurvei terlebih tempat dahulu, apakah cocok serta memenuhi kapasitasnya untuk dapat memakai tempat *lecture theater*. Lalu tahapan selanjutnya, ketika lokasi tempat acara penutupan telah cocok, ada hal-hal yang perlu diperhatikan, seperti; tempat penataan meja makan, tempat penataan meja dan kursi untuk para santri, lalu penataan untuk pihak-pihak VIP, serta papan pengarah untuk menunjukkan arah tempat.



Gambar 3.7 Peta Denah Lobi B yang akan menjadi Tempat Pameran Karya anak-anak Pesantren

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Pada tanggal 18 Maret 2024, tempat pameran ini dipergunakan untuk menampilkan karya-karya anak santri pesantren selama 1 bulan pembelajaran yang mereka dapatkan. Dalam pameran ini, terlampir karya dari keempat program-program yang telah diajarkan oleh para dosen.

Pada tahapan koordinasi ini merupakan hal-hal yang paling penting, karena koordinasi ini harus berjalan beriringan dengan *planning* / rencana yang telah dimatangkan sebelumnya. Pada saat acara pembukaan serta penutupan *event* program multimedia pesantren ini, pekerja magang memiliki *job description* sebagai pemegang multimedia, yang dimana

pekerja magang bertugas untuk alur *flow* pemutaran karya-karya film anak santri dan juga materi dari para petinggi-petinggi tamu Vip.

Rundown Pembukaan

08.30 - 09.00	Registrasi
09.00 - 09.05	Pembukaan oleh MC
09.05 - 09.10	Pemutaran Video Profile UMN
09.10 - 09.20	Sambutan oleh Rektor UMN
09.20 - 09.30	Sambutan dan Pembukaan oleh Wakil Kemenag
09.30	Penutup oleh MC
	Pak Rektor dan Tamu Kemenag Menuju Ruang Halmahera
	Peserta Menuju Kelas Masing-masing (didampingi oleh LO)

Gambar 3.8 *Rundown* Acara Pembukaan *Event* Program Multimedia Pesantren di Gedung C

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Salah satu *rundown* acara pembukaan *event* program multimedia pesantren ini yang berlokasi di *lecture hall* gedung C lantai 3 pada 19 Februari 2024, pekerja magang pada saat acara pembukaan ditugaskan sebagai operator multimedia, yang dimana pekerja magang bertugas untuk menampilkan bahan materi pada layar proyektor.

Rundown Penutupan Acara Kemenag Selasa, 19 Maret 2024 pukul 16.30 WIB						
Keterangan	Durasi	Jam	Media	PIC	Device	Keterangan
Pemutaran film pesantren ttg Kiai Nurkholis Madjid	20	15.30 - 15.50	Video dari Pak Zam	Pak Zam		sudah disiapkan file dari Pak Zam
Diskusi	30	15.50 - 16.20				
Peninjauan Pameran di Lobby B	20	16.30 - 16.50		Pak Dirjen, tamu VIP Kemenag, Dosen, peserta		
Pembukaan oleh MC & Pemutaran video safety induction LT	5	16.50 - 16.55	Cue card Video dari BM	MC (tim Marcom) BM		
Lagu indonesia raya	5	16.55 - 17.00	music	Kiki, Jos, Michele, tim ME & BM		
Laporan Pelaksanaan Program	5	17.00 - 17.05	Slide PPT	Pak Jo		
Pengumuman Karya Terbaik dan Testimony Perwakilan Peserta Program	5	17.05 - 17.10	Slide PPT (background)	Langsung dari perwakilan peserta		
Sambutan pak nino	5	17.10 - 17.15	-	Pak Nino		
Video perjalanan program	5	17.15 - 17.20	video	Kiki, Jos, Michele, tim ME & BM	laptop, flashdisk	
Pemutaran karya	20	17.20 - 17.40	video	Kiki, Jos, Michele, tim ME & BM	laptop, flashdisk, link gdrive	program Videografi
Sambutan dan penutupan oleh pak dirjen	10	17.40 - 17.50	-	Pak Dirjen		
Foto bersama	5	17.50 - 17.55		MC		
Pembacaan doa oleh peserta	5	17.55 - 18.00		Perwakilan dari peserta		
Buka puasa		18.07				
Salat maghrib		18.15				
Makan bersama		18.30 - 19.30				

Gambar 3.9 *Rundown* Acara Penutupan *Event* Program Multimedia Pesantren di Gedung D

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Salah satu *rundown* acara penutupan *event* program pelatihan multimedia pesantren ini, yang dimana para tim CED akan melakukan koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait. Pada penutupan *event* kali ini pekerja magang bertugas untuk berkoordinasi dengan pihak *building management* untuk dapat melakukan operator di *lecture theater*, serta pekerja magang juga berkoordinasi dengan pihak IT terkait multimedia yang akan dipakai untuk menampilkan karya-karya serta bahan presentasi materi yang akan ditampilkan nantinya saat acara berlangsung.

Persiapan Acara Penutupan Pelatihan Multimedia Pesantren, Kemenag RI	
Selasa, 19 Maret 2024 pukul 09.00 - 20.00 WIB	
Keterangan	PIC
Pameran jam 09.00 - 16.00 di Lobby B	Dosen, Aslab, dan peserta
Blasting info pameran ke email Kamis, 14 Maret	Kiki
Spanduk design ukuran 6x3	Alip, Kiki
1 orang koordinasi dengan tim BM (operator)	Kiki, Jos, dan Michele
Konsumsi	
Layout Meja Khusus tamu VIP (Kemenag, Rektorat, Dosen) :	
1 Meja bulat isi 4-5 orang	Mba Tities, Mba Puji,
Tim Kemenag 7-8 orang	Mba Festi, dan Mba Eka (BM)
Rektorat 5 orang	
Dosen 10 orang	
Total 5 Meja ada 25 orang	
Catering Mba Linda (Puspa / 36)	Kiki, Pak Joe
Layar dan sound dengan tim ME & BM	Kiki, Jos, Michele
Dokumentasi	Alip dan tim marcomm
MC	Marcomm
Cue card	Kiki
Sholat tamu VIP : di lantai D10, pasang karpet, siapkan sajadah	Kiki Koordinasi Mba Eka Teman2 LO Mahasiswa
Slide PPT Laporan Pelaksanaan Program	Pak Joe
Video K3L	BM
Time Keeper	Jos dan Michele
Merchandise untuk Karya Terbaik	Kiki dan Rico

Gambar 3.10 Persiapan Pameran

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Tim CED tidak hanya berkoordinasi dalam *rundown* acara pembukaan serta penutupan saja, tetapi pada persiapan pameran pun banyak hal yang harus dilakukan. Pada persiapan pameran kali ini pekerja magang menyiapkan sejumlah meja panjang yang akan dipakai nantinya, serta berkoordinasi dengan pihak building management terkait *speaker* dan juga TV yang akan dipakai.



Gambar 3.11 Pembukaan Acara *Event* Program Pelatihan Multimedia Pesantren di Gedung C

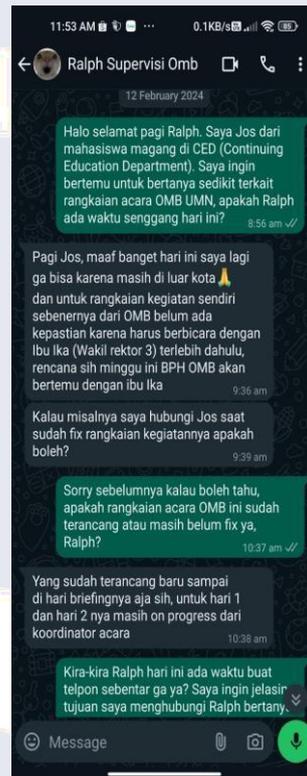
Sumber : Data Laporan Magang 2024

Tahapan terakhir adalah langkah evaluasi, pada saat acara pembukaan event program pelatihan multimedia pesantren ini, hal-hal yang perlu ditingkatkan kedepannya adalah lebih responsif dalam mengcover kegiatan acara, dan juga lebih ditingkatkan lagi kinerjanya.

2) *Event* Orientasi Mahasiswa Baru (OMB)

Event Orientasi Mahasiswa Baru (OMB) merupakan *event* yang akan berjalan nantinya saat bulan agustus lebih tepatnya pada acara pengenalan mahasiswa baru angkatan 2024. *Event* ini merupakan salah satu bentuk kerja sama antara pihak CED dengan pihak OMB dalam meningkatkan *awareness* di kalangan mahasiswa baru. Penulis dan tim merancang sebuah program yang dapat meningkatkan *awareness* CED terhadap *target audiens internal* UMN. Program ini bekerja sama dengan supervisi OMB untuk memberikan

penempatan video sekitar 3 menit agar CED ikut dalam video perkenalan lembaga yang akan ditonton oleh semua angkatan mahasiswa baru. Program event ini dirancang dikarenakan dari tahun-tahun sebelumnya, CED belum pernah diperkenalkan saat OMB yang membuat *awareness* dari CED sendiri kurang terhadap *internal* UMN.



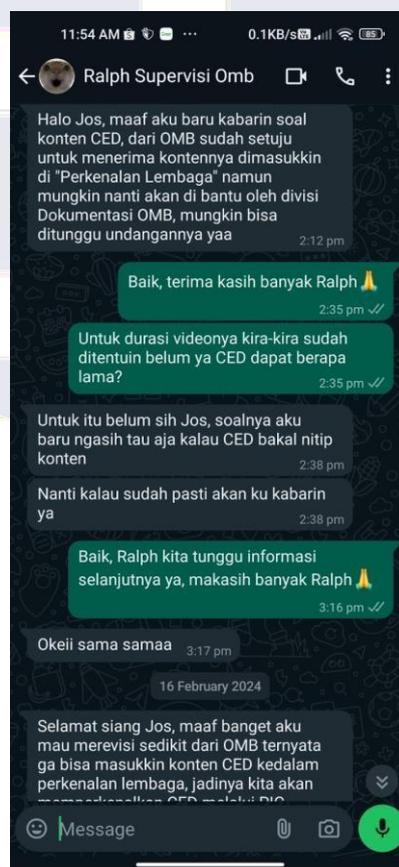
Gambar 3.12 Bukti chat dengan supervisi OMB

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Sebagai tahapan langkah awal, hal-hal yang perlu pekerja magang perlukan sebelum melangkah ke tahapan selanjutnya adalah mencari riset sebanyak-banyaknya, seperti salah satu contoh bukti diatas, pekerja magang mengambil tindakan untuk menanyakan langsung melalui via *whatsapp* mengenai kepastian rangkaian acara Orientasi Mahasiswa Baru (OMB). Hal ini merupakan tahap awal yang pekerja magang lakukan disaat pihak supervisi OMB menyatakan bahwa dari rangkaian acara OMB sendiri belum memiliki kepastian lebih lanjut, dan dari tahapan ini pekerja magang

pun mengajak sang supervisi OMB untuk dapat bekerjasama dengan pihak CED untuk dapat meningkatkan *awareness* dari mahasiswa angkatan bawah.

Pada tahapan langkah kedua pada *design* ini, setelah melakukan riset dari video-video pengenalan lembaga OMB sebelumnya, akhirnya pun muncul ide pemikiran untuk bekerjasama dengan pihak OMB agar pihak CED pun dapat diperkenalkan oleh mahasiswa-mahasiswi angkatan baru.

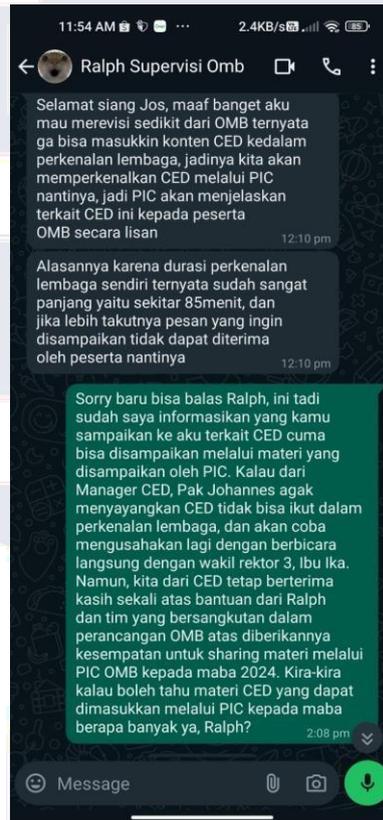


Gambar 3.13 Bukti Chat dengan Pihak Supervisi OMB

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Setelah melakukan *meeting* dengan pihak supervisi OMB untuk pertama kalinya, pekerja magang pun mulai menjelaskan ide awal dari kerjasama ini adalah untuk membangun *awareness* di kalangan mahasiswa angkatan baru.

Pada tahapan langkah perencanaan *event* kerja sama ini dilaksanakan setelah melakukan riset serta memaparkan ide-ide yang pekerja magang miliki kepada pihak OMB. Dalam tahapan perencanaan ini seringkali perencanaan yang telah ditetapkan di awal riset pun dapat mengalami berubah serta penyesuaian yang dilakukan oleh pihak OMB.



Gambar 3.14 Bukti Chat dengan Pihak Supervisi OMB

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Pada langkah tahapan ketiga dalam melakukan perencanaan bekerjasama dengan pihak OMB memiliki banyak kendala, mulai dari pihak CED tidak bisa mendapatkan penempatan untuk pengenalan lembaga karena durasi *video* terlalu singkat hingga pada akhirnya mulai direncanakan untuk dapat dipindahkan ke tahapan pengenalan Lembaga melalui materi *Person In Charge* (PIC), dan juga *podcast* OMB.

Langkah keempat dalam menetapkan tujuan dari apa yang sudah dirancang oleh pekerja magang yaitu koordinasi dengan pihak OMB terkait kelanjutan untuk pihak CED dapat memperkenalkan lembaganya kepada anak-anak angkatan baru. Dalam hal ini pekerja magang beserta rekan sepengerja tim dan *manager* CED pun melakukan *meeting* untuk terakhir kalinya bersama pihak OMB untuk dapat membahas lebih lanjut mengenai penempatan video lembaga.



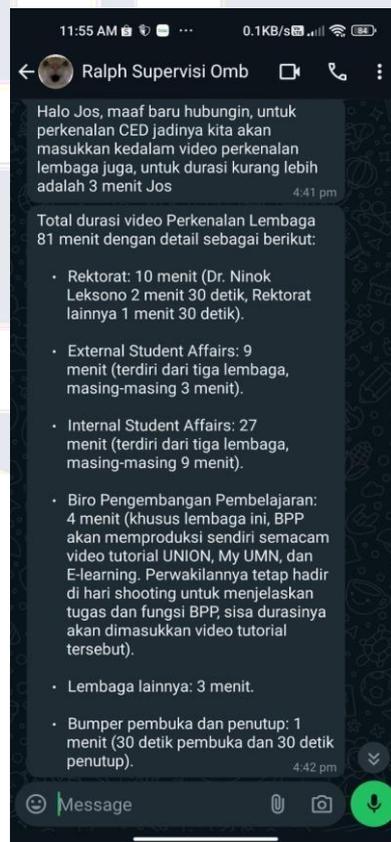
Gambar 3.15 Bukti Chat dengan Pihak Supervisi OMB

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Pada langkah tahapan koordinasi ini, *meeting* kali ini pun membahas mengenai kelanjutan kerjasama pihak CED dengan pihak OMB terkait pengenalan lembaga CED kepada para mahasiswa baru. Dalam melakukan *meeting* dengan pihak OMB pun kami membahas bagaimana penyampaian

yang paling efektif bagi para mahasiswa angkatan baru selain dari pada penempatan *video* pemutaran lembaga.

Hasil evaluasi yang didapatkan adalah pihak CED pun akhirnya mendapatkan undangan dari pihak rekan OMB untuk dapat bisa bergabung ke dalam pemutaran *video* lembaga bersama-sama dengan pihak-pihak lainnya di UMN.



Gambar 3.16 Bukti Chat dengan Pihak Supervisi OMB

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Pada tahapan langkah yang terakhir tujuan dari perencanaan *event* yang dibuat oleh pekerja magang dengan rekan sepekerja dapat dikatakan berhasil, hasil evaluasi yang diberikan oleh pihak OMB adalah bahwa pihak CED akan mendapatkan penempatan pemutaran *video* selama kurang lebih

3 menit untuk dapat memperkenalkan lembaga CED kepada mahasiswa angkatan baru.

3) **Event English 2**

Program *event english 2* merupakan salah satu kegiatan kuliah tamu, yang dimana pihak CED bekerja sama dengan para dosen-dosen pengampu mata kuliah *english 2*. Pada acara kuliah tamu ini, penulis dan tim merancang untuk memanfaatkan salah satu *resource* yang dimiliki oleh CED yaitu kerjasama CED dengan *British Council*. Dengan memanfaatkan *resource British Council*, CED dapat menggunakan *english native speaker* sebagai pembicara untuk mengisi seminar dari mata kuliah *English 2*, yang dimana *English 2* ini dihadiri oleh berbagai mahasiswa dari berbagai jurusan yang memiliki mata kuliah *English 2*. Program ini ditujukan untuk meningkatkan *awareness* CED terhadap mahasiswa-mahasiswi di UMN.

Pada tahapan langkah kedua design ini, pekerja magang sendiri memiliki beberapa ide-ide yang akhirnya dapat dikembangkan menjadi suatu hal yang dapat memiliki tujuan untuk meningkatkan *awareness* dalam ruang lingkup internal, yaitu dengan menysasar mahasiswa angkatan baru yang sedang menempuh semester 2 keatas. Beberapa ide-ide yang mulai muncul dan pekerja magang kembangkan adalah dengan membuat kuliah tamu dan pemberian tugas terkait dengan materi yang akan dikaitkan dengan CED, lalu melalui ide-ide ini pun pekerja magang sampaikan kepada pihak manager CED.

Langkah ketiga dalam melakukan perencanaan pembuatan *event English 2* ini, *manager* CED menghubungi pihak dosen-dosen yang terlibat menjadi koordinator mengajar pada *english 2* di semester genap ini. Dalam hal ini, pekerja magang membuat bahan presentasi *power point* yang akan ditampilkan nantinya kepada para dosen-dosen koordinator mengenai ide-ide kerjasama program *event* mata kuliah *English 2*. Pekerja magang dalam mempersiapkan serta memastikan bahwa pada kegiatan *event* kelas kuliah tamu berlangsung pekerja magang dapat memastikan bahwa kegiatan program *event English 2* ini

sudah disesuaikan dengan tema serta topik yang sudah direncanakan sebelumnya, dan juga pekerja magang memastikan bahwa alat perangkat zoom yang disediakan dapat memenuhi kapasitas para mahasiswa-mahasiswi yang sedang menempuh mata kuliah *English 2* tersebut.

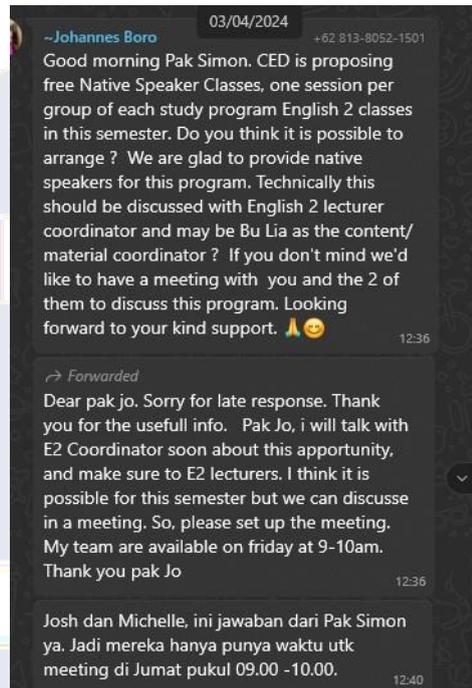


Gambar 3.17 Bahan Presentasi Meeting Kuliah Tamu

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Implementasi dari tahapan perencanaan ini adalah penulis bersama dengan rekan sepengerja magang bersama-sama membuat bahan presentasi *power point* menggunakan canva, presentasi *power point* ini berisikan mengenai *brainstorming* ide awal mengenai terciptanya ide kerjasama antar pihak pengampu mata kuliah *English 2* dengan pihak CED, dan *power point* inilah yang nantinya akan di presentasikan kepada para dosen-dosen pengampu mata kuliah *English 2*.

Pada tahapan langkah yang keempat ini, pekerja magang melakukan meeting dengan pihak-pihak koordinator dosen *english 2* untuk membahas lebih lanjut mengenai kuliah tamu yang akan diselenggarakan.



Gambar 3.18 Bukti Chat dengan pihak Koordinator Dosen english 2

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Untuk *event english 2* ini pekerja magang dipercayakan untuk melakukan *meeting* dengan para pihak-pihak koordinator dosen english 2 untuk dapat menggambarkan ide-ide yang telah pekerja magang rangkum kedalam *event* kuliah tamu english 2 ini.

Hasil yang diperoleh dari *event* kuliah tamu *english 2* ini dapat dikatakan berhasil, karena pada koordinator dosen-dosen menyetujui adanya kuliah tamu ini, dengan tema dan judul seminar yang disesuaikan oleh pihak CED dan juga narasumber, seminar kuliah tamu *english 2* tersebut diselenggarakan pada 6 Mei 2024.

4) *Korean Day Event*

Penulis dan tim juga merancang *Korean Day event* yang dapat berpotensi untuk meningkatkan *awareness* CED terhadap *target market*. *Korean Day event* ini dirancang untuk skala yang besar yang dimana bukan hanya menarik

perhatian dari *internal* UMN, tetapi juga pihak eksternal. *Korean Day event* ini dibuat dengan konsep korea yang akan didekorasi dengan suasana korea. *Event* ini akan diisi oleh berbagai macam *booth* yang terbagi menjadi 3, yaitu *booth* makanan, *booth merchandise*, dan *booth skincare*. Tidak hanya *booth*, tetapi juga adanya *dance competition* yang akan mengisi acara *event* ini untuk menarik berbagai komunitas di sekitar Tangerang guna memasarkan CED sekaligus UMN. Penulis dan tim juga berencana untuk mengundang KEDUBES dari Korea untuk melakukan sambutan sekaligus *cooking demo* kimbab seperti *event* yang 4 tahun lalu dilakukan di UMN.

Pada rancangan *design Korean Day event* ini, ide konsep pertama kali muncul dalam benak pekerja magang adalah K-Pop dan korea. *Continuing Education Department* (CED) merupakan salah satu unit di UMN yang memiliki beberapa program pelatihan dan salah satu program yang cukup terkenal adalah *Korean Language Course* dan juga program Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing (BIPA). Demikian muncul suatu ide dan dikembangkan menjadi membuat suatu ide yang akan meningkatkan awareness bagi CED di lingkup internal UMN. Dengan ide-ide pemikiran untuk membuat suatu *event* besar yaitu *Korean Day Event* dan CED yang memiliki program pelatihan bahasa Korea, hal inilah yang mendorong pekerja magang untuk membuat perancangan *event Korean Day*.



Gambar 3.19 Contoh *Event Festival Korean Food* di UMN tahun 2018

Sumber : [Data Laporan Magang 2024](#)

Salah satu contoh yang pekerja magang ambil yang terjadi di tahun 2018, yang dimana *Korea Agro Fisheries & Food Corporation* mengadakan *Korean Food Festival Campus* di UMN sebagai tujuan agar mahasiswa-mahasiswi di UMN sendiri bisa melihat serta merasakan secara langsung makanan korea dan dengan adanya kesempatan ini dapat meningkatkan minat makanan korea terhadap mahasiswa UMN. Maka dari itu, pekerja magang pun ingin melakukan yang serupa untuk membuat strategi rancangan *event Korean Day* ini sebagai tujuan untuk meningkatkan awareness di CED.

Pada tahapan berikut yaitu *planning*, pekerja magang mulai membuat tahapan perencanaan untuk tujuan *event*-nya, strateginya mulai dari konsep nuansa acara yang akan dilakukan hingga kepada *marketing event*nya, yang terbagi kepada *pre event*, *event*, dan *post event*. Dalam membuat perencanaan *event Korean Day* ini pekerja magang juga menentukan smart *objective* dari *event* yang akan diselenggarakan, lalu mulai merencanakan penglokasian tempat berlangsungnya *event*, rencana detail kegiatan, dan juga mulai membuat *budget*.

Pada langkah keempat yaitu koordinasi, sebelum mematangkan strategi *event Korean Day* ini, pekerja magang pun melakukan *meeting* bersama dengan manager CED untuk membahas lebih lanjut terkait hal-hal yang harus dimatangkan dalam strategi *event* yang telah dibuat.



Gambar 3.20 Proposal Korean Day Event 2024

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Dalam *event* ini, pekerja magang bertugas dalam membuat proposal strategi *event* yang akan dikirimkan nantinya kepada kedutaan besar Korea, dan juga membuat surat penawaran untuk para vendor-vendor. Dalam pengkoordinasian pembuatan strategi *event* ini pekerja magang ditugaskan untuk lebih mematangkan strategi *event* dalam *rundown* acara *detail* yang akan diselenggarakan.



Gambar 3.21 Bukti Keberlangsungan Acara *Event Korean Festival* tahun 2018

Sumber : [Data Laporan Magang 2024](#)

Pada langkah yang terakhir yaitu evaluasi, dalam acara *Korean Festival* yang diselenggarakan tahun 2018 dapat dikatakan berhasil, hal ini dilihat dari banyaknya pengunjung yang hadir untuk menyaksikan lomba masakan korea, mulai dari para petinggi-petinggi seperti Rektor UMN hingga Kedutaan Besar Korea menyaksikan para kontestan lomba, dan hasil dari pada lomba masakannya pun diberikan kepada para pengunjung *Korean Festival*.

Pada masing-masing pembuatan perencanaan *event* yang diselenggarakan dan akan diselenggarakan nantinya, penulis sendiripun menerapkan *model* konsep perencanaan manajemen *event* dari Joe Goldblatt. Menurut Joe Goldblatt (dalam

Tafarannisa, Nursi lah & Haerudin, 2021) dalam membuat perencanaan manajemen *event*, proses pelaksanaan suatu konsep terdiri atas 5 proses tahapan, yakni: *Researching, Design, Planning, Coordinating, dan Evaluation*.

- **Researching** : Langkah awal dalam membangun atau merancang sebuah *event* adalah *Researching*, yang dimana pada pada tahap pertama ini diperlukan sebuah riset dalam merancang sebuah konsep *event* yang akan dibawakan. Riset merupakan suatu hal yang penting dalam pembuatan rancangan *event*, hal ini dilakukan secara matang agar mengurangi resiko terjadinya ketidaksesuaian. Semakin banyak riset yang dilakukan, maka semakin baik dan sesuai pula dengan hasil *event* yang telah direncanakan serta ditetapkan. Dalam merancang sebuah konsep perencanaan *event*, ada dua hal penting yang perlu dilakukan secara bersamaan yaitu; Riset dan Menentukan tujuan, seperti menetapkan siapa *target audience* yang akan disasar, apa yang akan dicapai dari pembuatan *event* kegiatan yang diselenggarakan, lalu seperti apa tema yang akan dibawakan. Menentukan tujuan ini termasuk kedalam bagian riset berupa objektif, skala, program, tema, *venue* yang akan dilakukan untuk *event* yang diselenggarakan. Selama periode magang, pekerja magang berkontribusi dalam satu *event* besar yaitu event Program Multimedia Pesantren, tidak hanya dalam *event* yang besar, tetapi juga pekerja magang merancang tiga konsep *event*, diantaranya; *event* Orientasi Mahasiswa Baru, *event English 2*, dan juga *event Korean Day*. Dalam ketiga *event* yang pekerja magang telah rancang, satu diantaranya telah berjalan dan dua diantaranya lagi merupakan *event* yang akan datang. Tentunya, ketiga *event* ini memiliki konsep yang berbeda-beda, hal ini dikarenakan latar belakang serta tujuan dalam pembuatan *event*nya pun memiliki perbedaan.
- **Design** : Langkah yang kedua setelah adanya riset-riset dalam merancang sebuah *event*, maka hal selanjutnya yang dilakukan adalah memerlukan kekreatifitasan dalam merancang suatu *event* yang telah ditetapkan. Dalam

merancang *desain* suatu *event* ada beberapa hal yang perlu dilakukan serta diperhatikan seperti; Dekorasi yang akan dibawakan pada *event* yang diselenggarakan, *Rundown* acara yang akan ditampilkan di dalam program *event* tersebut, seperti; kegiatannya atau hiburan yang akan menjadi point plus untuk menarik para audiens, serta Fasilitas yang dihadirkan atau perlu disediakan, seperti; menyediakan meja untuk registrasi peserta atau tamu, papan petunjuk arah, dan fasilitas-fasilitas lainnya seperti *sound system*, lahan parkir, dan juga kamar mandi untuk para tamu-tamu *event*. Selama periode magang, pekerja magang berkontribusi dalam satu *event* besar yaitu *event* Program Multimedia Pesantren, tidak hanya dalam *event* yang besar, tetapi juga pekerja magang merancang tiga konsep *event*, diantaranya; *event* Orientasi Mahasiswa Baru, *event English 2*, dan juga *event Korean Day*. Dalam ketiga *event* yang pekerja magang telah rancang, satu diantaranya telah berjalan dan dua diantaranya lagi merupakan *event* yang akan datang. Pada ketiga *event* yang telah penulis buat, masing-masing dari konsep *event* memiliki ide pemikiran dan tujuan yang berbeda-beda pada masing-masing *event*.

- **Planning** : Setelah sudah melakukan riset dan juga *design* konsep, langkah yang tak kalah penting adalah *planning*. Pada tahap *planning event* ini, kita menciptakan kerangka kerja untuk dapat memastikan bahwa setiap aspek acara serta kegiatan yang akan diselenggarakan dapat berjalan dengan baik. Dalam merencanakan suatu konsep *event* memerlukan tahapan-tahapan secara terperinci dan juga detail, seperti merangkai sebuah acara dan memastikan bahwa setiap acara yang telah dirangkai telah dipastikan dan dipertimbangan dengan baik, serta bagaimana kita memastikan waktu pelaksanaan *event* dapat sesuai dengan apa yang sudah kita targetkan, seperti melaksanakan rapat untuk dapat membahas *event* serta melaksanakan survei tempat pelaksanaan *event*, dan juga bagaimana cara kita dapat menyasar target audiens yang sesuai, dan yang paling penting adalah menghitung serta memastikan perkiraan biaya. Selama periode

magang, pekerja magang berkontribusi dalam satu *event* besar yaitu *event* Program Multimedia Pesantren, tidak hanya dalam *event* yang besar, tetapi juga pekerja magang merancang tiga konsep *event*, diantaranya; *event* Orientasi Mahasiswa Baru, *event* English 2, dan juga *event* *Korean Day*. Dalam merancang ketiga *event* tersebut pun pekerja pastinya memiliki perencanaan yang berbeda-beda pada masing-masing *event*-nya.

- **Coordinating** : Pada langkah selanjutnya setelah kita melakukan *planning* dalam merancang sebuah *event*, tahapan koordinasi ini harus sesuai dan berjalan seiringan dengan *planning* yang telah dibuat sebelumnya. Dalam perencanaan *event*, tahapan ini diperlukan kerjasama antar semua pihak, baik pihak internal maupun pihak eksternal yang terlibat secara langsung dalam pelaksanaan *event* ini. Pada rangkaian acara kegiatan *event*, diperlukan pengelolaan yang baik dan juga orang-orang yang berpengalaman, hal ini bertujuan agar koordinasi pada proses pengambilan keputusan berjalan dengan lancar dan tidak terhambat. karena pengambilan keputusan sendiri pastinya akan berpengaruh kepada keseluruhan hasil *event* yang akan ditampilkan pada akhir evaluasi *event*nya.
- **Evaluation** : Langkah yang terakhir adalah tahapan evaluasi pada suatu event. Pada langkah yang terakhir ini, seorang atasan akan mulai mengevaluasi dari awal perencanaan konsep *event* yang dibuat, hingga pada akhir rancangan yang telah disesuaikan, seperti pembuatan konsep *event* yang diperoleh melalui riset-riset, pemilihan tempat pelaksanaan *event*, tujuan diadakannya suatu *event* berhasil telah mencapai target atau belumnya, lalu *feedback* apakah yang kita dapatkan dari para khalayak. Evaluasi ini dilakukan agar dapat menjadi suatu pelajaran atau hasil yang akan menjadi hasil evaluasi baik atau tidaknya suatu *event* yang akan diselenggarakan di masa yang akan datang.

3.2.1 Uraian Kerja Social Media

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (dalam Riki, Kremer, Suratman, dkk, 2023) *Media* sosial sendiri merupakan suatu *media* yang digunakan oleh masyarakat untuk dapat membagikan sejumlah informasi berbasis pesan teks tertulis, *visual* gambar, *audio* untuk mendengar, dan *video* untuk melihat, hal ini baik dari masyarakat maupun perusahaan.

Dalam membagikan sejumlah informasi yang ada kepada para mahasiswa-mahasiswi UMN, kerap seringkali penulis sendiri membagikannya dalam bentuk kreativitas konten informasi *digital* melalui *social media* CED, hal ini dilakukan agar lebih praktis serta efektif dalam menjangkau para *target* yang telah ditentukan. Pada halnya ketika menyampaikan sejumlah informasi kepada para mahasiswa-mahasiswi seringkali penulis menentukan dan mencari tahu mengenai konten-konten interaktif apa yang disukai oleh para mahasiswa-mahasiswi sekarang, seperti halnya yang perlu diperhatikan adalah penggunaan jumlah kata-kata dalam konten tersebut, dan durasi dalam setiap konten yang disajikan.



Gambar 3.22 Salah Satu Konten Informasi Seminar Atome 2024

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Pada hari selasa tanggal 30 April 2024, CED bekerja sama dengan pihak perusahaan Atome untuk menyelenggarakan seminar mengenai edukasi *Digital*

dalam dunia industri. Pada tahapan kali ini, pekerja mendapatkan tugas dari *staff* CED untuk dapat menyebarkan informasi pesan berupa konten pada *instagram* CED untuk memberikan informasi para mahasiswa-mahasiswi UMN bahwa CED sendiri menyelenggarakan sebuah seminar edukasi yang dapat memberikan banyak manfaat kepada para mahasiswa-mahasiswi UMN.



Gambar 3.23 Salah Satu contoh konten Pesan seminar Atome 2024

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Pada tahapan pembuatan konten interaktif yang akan dibagikan pada *instagram* CED, pekerja magang telah menyesuaikan informasi-informasi penting apa saja yang perlu untuk di *highlight* dan informasi-informasi apa saja yang tidak perlu dimasukkan atau di *highlight*, hal ini dilakukan guna untuk mengurangi jumlah informasi atau kata yang terlalu banya hingga mengakibatkan informasi pentingnya tidak tersampaikan. Dalam pembagian informasi penting yang perlu di tonjolkan dalam konten seminar Atome ini adalah, *benefit* yang akan di dapatkan untuk para mahasiswa-mahasiswi UMN agar mahasiswa-mahasiswi pun lebih bersemangat dalam mengikuti seminar yang diselenggarakan salah satunya, yaitu; mendapatkan 2 poin SKKM ilmiah penalaran bagia para mahasiswa-mahasiswi yang belum memenuhi poin SKKM ilmiah penalaran, dan tidak hanya mendapatkan poin SKKM saja, tetapi ada *benefit* lainnya yang bisa di dapat oleh para mahasiswa-mahasiswi di UMN jikalau mengikuti seminar Kemanan Digital, yaitu bisa

mendapatkan *goodie bag*, mendapatkan *snack*, mendapat sertifikat, hingga kepada peluang kerja magang di Perusahaan Atome. Tujuan dari informasi pesan ini pun beragam; salah satunya untuk mempromosikan CED kepada para rekan-rekan mahasiswa agar dapat meningkatkan *awareness*.



Gambar 3.24 Salah satu konten kreatif Continuing Education Department

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Dalam membuat sebuah konten berupa informasi digital pada *media social*, seringkali kerap pekerja magang menyampaikannya sesuai dengan *trend* masa kini, seperti salah satu contoh gambar diatas merupakan salah satu bentuk konten promosi program CED yang dibuat secara menarik dan juga singkat agar para penonton pun tidak cepat bosan. Pada pembuatan konten yang berdurasi 15 detik ini, likes kita untuk pertama kalinya tembus hingga 1.193 likes dengan jumlah penonton mencapai 8 ribu. Tujuan pembuatan konten promosi program CED ini dibuat agar para mahasiswa-mahasiswi dan juga khalayak dapat lebih

aware dan juga bisa bergabung kedalam kursus pembelajaran kursus Bahasa Korea tersebut.

Pada tahapan pemberian pesan melalui *media social* CED, selain memberika pesan informasi berupa konten, pekerja magang juga memberikan informasi pesan dalam bentuk *visual* gambar, hal ini dilakukan agar pesan yang akan disampaikan kepada para mahasiswa-mahasiswi tidak selalu dalam bentuk *video* konten terus menerus, akan tetapi ada dalam bentuk *visual* atau gambar yang menyajikan pesan informasi yang diberikan kepada para mahasiswa-mahasiswi UMN.



Gambar 3.25 Salah Satu contoh kolaborasi CED dan UMN

Sumber : Data Laporan Magang 2024

Salah satu bentuk tahapan tugas yang pekerja magang lakukan dalam memberikan informasi pesan kepada para mahasiswa-mahasiswi UMN adalah berkolaborasi dengan pihak *media social marketing* UMN. Kolaborasi *media social* antara pihak CED dengan pihak *media social marketing* UMN ini

memiliki tujuan agar pesan yang ingin disampaikan oleh pihak CED kepada para mahasiswa-mahasiswi lebih efektif, sehingga menghasilkan para pengikuti UMN maupun CED dapat melihat konten informasi pesan yang di unggah dalam waktu yang bersamaan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani periode kerja magang di CED, seringkali pekerja magang diperhadapkan dengan berbagai kendala-kendala yang mempengaruhi kinerja magang. Kendala-kendala yang pekerja hadapi seringkali berasal dari berbagai aspek, seperti; aspek pemberian tugas dari sang atasan, adanya perbedaan antara apa yang telah dipelajari semasa perkuliahan dan juga praktek kerja lapangan secara langsung, dan juga kurangnya personil dalam merencanakan event kerja. Dalam menjalankan program kerja magang ada beberapa hal yang menjadi kendala utama dalam menjalaninya, berikut pekerja magang dapat uraikan:

- 1) Kendala pertama yang pekerja magang hadapi selama periode kerja magang ini adalah kurang terstrukturnya proses alur kerja, sehingga terciptalah ketidakpastian dalam melaksanakan pelaksanaan alur kerja.
- 2) Kendala yang terakhir adalah kurangnya orang atau personil dalam merencanakan sebuah *event-event* yang ada, sehingga proses perencanaan *event* pun kurang *brainstorming* dalam menentukan ide-ide ataupun kampanye yang akan diselenggarakan.

Walaupun dalam pelaksanaan kerja magang seringkali diperhadapkan dengan berbagai macam kendala-kendala yang ada, akan tetapi pekerja magang selalu memiliki kesempatan untuk belajar hal-hal yang bersifat baru dan mendapatkan pengalaman yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Dalam kendala-kendala yang dihadapi, hal ini membantu pekerja magang dalam membangun serta mengembangkan kemampuan skills pekerja magang dalam komunikasi dengan pihak-pihak internal maupun eksternal, beradaptasi dengan lingkungan kerja, hingga mengerti bagaimana cara manajemen waktu, yang

dimana kemampuan inilah yang nantinya akan pekerja magang lakukan serta praktekkan dalam dunia kerja sehari-harinya.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam mengatasi segala kendala-kendala yang terjadi selama proses periode magang berlangsung di CED adalah sebagai berikut, pekerja magang mengatasinya dengan solusi :

- 1) Dalam menghadapi kurang terstrukturanya alur proses kerja atau *brief* yang diberikan oleh sang atasan, seringkali solusi yang pekerja magang dapat berikan dalam menghadapi kendala tersebut adalah bertanya mengenai hal-hal yang kurang dimengerti serta ketika sudah memahami secara keseluruhan mengenai arahan yang diberikan oleh sang atasan, pekerja magang pun akan men-*crosscheck* kembali, apakah dalam menerima arahan dari sang atasan mengalami ketertinggalan pesan (*miss communication*).
- 2) Dalam menghadapi kendala kurangnya personil dalam pembuatan perencanaan *event* yang akan dirancang, solusi yang pekerja magang dapat berikan adalah pekerja magang mencari contoh ide-ide *event* yang sebelumnya pernah diselenggarakan di dalam *platform media social* sebagai bahan referensi / acuan untuk pembuatan perencanaan *event* CED.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA