

**AKTIVITAS EVENT MARKETING SPECIALIST DI PT  
ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)**



**LAPORAN MAGANG**

**Joyada Geraldy Saragih**

**0000064624**

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

**AKTIVITAS EVENT MARKETING SPECIALIST DI PT  
ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)**



**LAPORAN MAGANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Joyada Gerald Saragih**

**0000064624**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Joyada Geraldly Saragih

Nomor Induk Mahasiswa : 00000064624

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM dengan judul:

### **AKTIFITAS EVENT MARKETING SPECIALIST DI PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)**

Merupakan hasil karya saya sendiri dan 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 penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024



Joyada Geraldly Saragih

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul  
**AKTIFITAS EVENT MARKETING SPECIALIST DI PT ONLINE MEDIA  
GUNA (PERGIKULINER)**

Oleh

Nama : Joyada Geraldly Saragih  
NIM : 00000064624  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 13 Juni 2024

Pembimbing



**Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si.**  
NIDN 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

**Cendera Rizky Anugerah Bangun, S.Sos., M.Si.**  
NIDN 0304078404

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
**AKTIVITAS EVENT MARKETING SPECIALIST DI PT ONLINE MEDIA  
GUNA (PERGIKULINER)**

Oleh

Nama : Joyada Geraldly Saragih

NIM : 00000064624

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 19 Juni 2024

Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan


**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

  
Dr. Indriyan Seto Walujuwibowo, M.Si.  
NIDN 0308036601

Penguji

  
Eunike Iona Saptanti, S.I.Kom. M.I.Kom.  
NIDN 0328079401

Pembimbing

  
Dr. Indriyan Seto Walujuwibowo, M.Si.  
NIDN 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

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

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

Nama : Joyada Geraldly Saragih

NIM : 00000064624

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan MBKM


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

**AKTIVITAS EVENT MARKETING SPECIALIST DI PT ONLINE MEDIA  
GUNA (PERGIKULINER)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti 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, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Joyada Geraldly Saragih)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS EVENT MARKETING SPECIALIST DI PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak 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. Bapak Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM ini.
5. Ibu Michelle Stefanie Thio, S.I.Kom., sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang.
6. Kepada Perusahaan PT Online Media Guna (PergiKuliner)
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan yang juga berjuang dalam melakukan kerja magang dan penulisan laporannya masing-masing.

Semoga laporan MBKM ini boleh menjadi sejarah hidup bagi penulis, sehingga dapat berdampak baik juga bagi pihak-pihak yang membaca laporan ini,

khususnya bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dalam mencari informasi dan motivasi untuk pengembangan diri khususnya di dunia kerja.

Tangerang, 10 Juni 2024



Joyada Gerald Saragih



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# AKTIVITAS EVENT MARKETING SPECIALIST DI PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)

Joyada Geraldly Saragih

## ABSTRAK

Selama 640 jam kerja magang di PT Online Media Guna (PergiKuliner), penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pengetahuan baru dalam bidang *event marketing*. Pengalaman dan pengetahuan ini diperoleh melalui berbagai tahap, mulai dari *onboarding*, pembagian tim dan *event*, *pre-event*, hingga *post-event*. Dalam proses *pre-event*, penulis belajar bagaimana melakukan pencarian tenant dengan menggunakan skill negosiasi dan persuasi. Penulis juga belajar pentingnya komunikasi yang intens dan baik dengan pihak tenant dan PIC event untuk kelancaran event. Keterbukaan dalam mengkomunikasikan kendala dan progress pekerjaan juga menjadi poin penting dalam pekerjaan event marketing. Penulis juga menerapkan banyak teori yang dipelajari selama perkuliahan dalam pekerjaan magang. Salah satunya adalah bagaimana melakukan persuasi untuk menjalin kerjasama dengan tenant. Penulis belajar bagaimana melihat orang sebagai tujuan dan bukan sarana, serta bagaimana memproses dan menanggapi informasi berdasarkan tanggapan dan pribadi orang yang dihadapi. Secara keseluruhan, pengalaman magang di PergiKuliner memberikan banyak manfaat bagi penulis, baik dalam hal pengetahuan, skill, maupun pengembangan diri. Penulis merasa lebih siap untuk terjun ke dunia kerja setelah menyelesaikan magang ini.

**Kata Kunci:** *Event Marketing, Persuasi, Tenant*

## **AKTIVITAS EVENT MARKETING SPECIALIST DI PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)**

Joyada Geraldy Saragih

### ***ABSTRACT (ENGLISH)***

*During the 640-hour internship at PT Online Media Guna (PergiKuliner), the intern gained a lot of experience and new knowledge in the field of event marketing. This experience and knowledge were obtained through various stages, from onboarding, team and event division, pre-event, to post-event. In the pre-event process, the intern learned how to find tenants using negotiation and persuasion skills. The intern also learned the importance of intense and good communication with tenants and event PICs for the smooth running of the event. Openness in communicating obstacles and work progress is also an important point in event marketing work. The intern also applied many theories learned during lectures to internship work. One of them is how to persuade to establish cooperation with tenants. The intern learned how to see people as goals and not means, and how to process and respond to information based on the responses and personalities of the people they face. Overall, the internship experience at PergiKuliner provided many benefits for the intern, both in terms of knowledge, skills, and personal development. The intern feels more ready to enter the workforce after completing this internship.*

**Keywords:** *Event Marketing, Persuasion, Tenant*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>3</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>4</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>5</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>6</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>7</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>9</b>
<b>ABSTRACT (ENGLISH)</b> .....	<b>10</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>11</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>12</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>13</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>15</b>
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	17
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	17
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	17
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	18
<b>BAB II</b> .....	<b>20</b>
2.1 Tentang PT Online Media Guna (PergiKuliner).....	20
2.2 Visi Misi.....	21
<b>BAB III</b> .....	<b>25</b>
<b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b> .....	<b>25</b>
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	25
3.2 Tugas dan uraian dalam kerja magang.....	26
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	27
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	28
3.3 Kendala yang ditemukan.....	45
3.4 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan.....	47
<b>BAB IV</b> .....	<b>48</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>48</b>
4.1 Simpulan.....	48
4.2 Saran.....	49
4.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	49
4.2.2 Saran Untuk Universitas.....	49
4.2.3 Saran Untuk Mahasiswa yang akan Magang.....	49
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>53</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama <i>Event Marketing</i> .....	27
Tabel 3.2 Program event Pop Up Festival tahun 2024.....	29



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PergiKuliner.....	20
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Online Media Guna.....	22
Gambar 2.3 Struktur Departemen <i>Marketing Communication</i> .....	23
Gambar 3.1 Bagan Alur Kerja Event Marketing di PergiKuliner.....	26
Gambar 3.2 penulis bersama dengan <i>Team Pop Up Festival</i> .....	28
Gambar 3.3 Poster <i>event Pop Up Festival Goes To Springhill</i> .....	30
Gambar 3.4 <i>Tenant</i> dengan sistem sewa putus.....	31
Gambar 3.5 Proses kerja sama dengan <i>tenant</i> .....	32
Gambar 3.6 <i>Listing tenant</i> di <i>google sheets</i> .....	33
Gambar 3.7 penulis beserta dengan <i>team Pop Up Festival</i> melakukan <i>visit event</i> ke Lebaran Fair 2024 di Jiexpo Kemayoran.....	34
Gambar 3.8 Menghubungi <i>tenant</i> melalui <i>DM Instagram</i> .....	35
Gambar 3.9 Menghubungi <i>tenant</i> melalui <i>Whatsapp</i> .....	37
Gambar 3.10 Pemilihan nomor space dan pengisian data pemesanan space oleh <i>tenant</i> .....	38
Gambar 3.11 Negosiasi dari pihak <i>tenant</i> .....	39
Gambar 3.12 Negosiasi diterima dan melakukan <i>dealing</i> harga.....	40
Gambar 3.13 Pemberian invoice dan pembayaran Down Payment (DP).....	41
Gambar 3.14 penulis melakukan <i>visit venue</i> dan brainstorming bersama PIC dan pihak <i>venue</i> .....	42
Gambar 3.15 <i>Technical Meeting</i> secara daring bersama dengan <i>tenant</i> dan <i>team Pop Up Festival Goes To Springhill</i> .....	43
Gambar 3.16 <i>Campaign</i> yang dijalankan selama <i>event</i> berlangsung.....	44
Gambar 3.17 Dokumentasi pengunjung yang berpartisipasi dalam <i>campaign-campaign</i> yang dijalankan selama <i>event</i> .....	45
Gambar 3.18 Pengisi acara dari komunitas yaitu Taman Suropati Chamber.....	46

Gambar 3.19 Tenant hasil usaha penulis yang bergabung ke dalam event Pop Up Festival Goes To Springhill.....47

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....</b>	<b>53</b>
<b>B. Kartu MBKM - MBKM 02.....</b>	<b>54</b>
<b>C. Daily Task MBKM - MBKM 03 .....</b>	<b>55</b>
<b>D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....</b>	<b>98</b>
<b>E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....</b>	<b>99</b>
<b>F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....</b>	<b>100</b>
<b>G. Karya Tugas yang Dilakukan Selama MBKM.....</b>	<b>102</b>

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA