

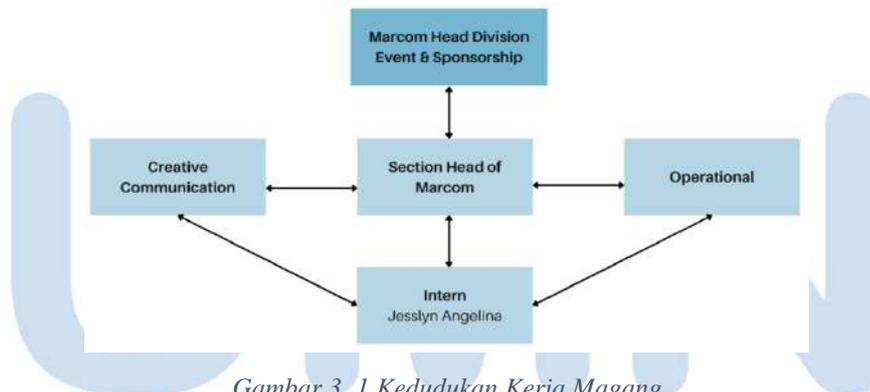
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Dalam pelaksanaan praktik magang di Sedayu City Kelapa Gading, posisi yang diambil adalah posisi Event Intern selama 640 jam kerja. Selama menjalankan praktik magang, pengawasan dilakukan secara langsung oleh Ramadhani sebagai supervisor dan Sagita serta Arsandy sebagai mentor utama yang juga memberikan bimbingan kepada peserta magang.

Tugas utama yang dilakukan selama proses kerja magang adalah memastikan acara yang telah dipersiapkan dapat berjalan dengan baik, terutama acara-acara yang diselenggarakan di Gading Festival. Praktik kerja magang ini tidak hanya melibatkan koordinasi dengan Divisi Event & Sponsorship saja, tetapi juga membutuhkan koordinasi dengan Divisi Creative Communication dan Departemen Operational. Berikut adalah posisi Event Intern pada proses kerja magang yang berlangsung.



Gambar 3.1 Kedudukan Kerja Magang
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Berdasarkan posisi Event Intern pada kedudukan kerja magang di atas, diketahui bahwa seorang Event Intern akan diberikan tugas dan arahan secara langsung oleh Section Head of Marketing Communication dan kemudian progres maupun hasil kerja Event Intern akan disampaikan kepada Marketing Communication Head Division. Seorang Event Intern bersama Section Head of

Marketing Communication akan berdiskusi secara dua arah dengan Divisi Creative Communication terkait media promosi yang dibutuhkan untuk mempromosikan acara yang akan diselenggarakan. Tidak hanya Divisi Creative Communication, namun juga berkoordinasi dengan Departemen Operational terkait perlengkapan dan kebutuhan teknis untuk penyelenggaraan acara.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama berlangsungnya proses kerja magang Event Intern dengan periode 640 jam di Sedayu City Kelapa Gading, dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan hingga tahapan eksekusi berbagai acara. Praktik kerja magang ini membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *event management*.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan seorang Event Intern adalah mengelola acara dan melakukan *sponsorship* selama proses kerja magang dengan detail sebagai berikut:

Event Management	<i>Planning</i>	Berpartisipasi dalam perencanaan acara yang dilaksanakan di Sedayu City Kelapa Gading.
	<i>Coordination</i>	Berkoordinasi dengan pihak-pihak terlibat untuk mempersiapkan dan memastikan acara berjalan lancar. Termasuk mengelola dokumen seperti MoM, IOM, SKK, berita acara, dan EOS.
	<i>Evaluation</i>	Membuat laporan setelah pelaksanaan acara dan melakukan dokumentasi sebagai bahan evaluasi Section Head of Marketing Communication.
Sponsorship	Pengumpulan Informasi	Mencari <i>brand</i> yang berpotensi menjadi pendukung acara.
	Penyusunan Proposal	Menyusun proposal yang menarik dan efektif untuk menarik minat calon sponsor.
	Negosiasi & Penandatanganan Kontrak	Mengadakan pertemuan dengan calon sponsor untuk bernegosiasi dan membuat kesepakatan dalam bentuk Surat Konfirmasi Kerja Sama (SKK)

Tabel 3. 1 Tugas Event Intern

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Setiap minggu, Sedayu City Kelapa Gading selalu mengadakan berbagai acara sehingga kegiatan *event management* menjadi aktivitas rutin yang dilakukan selama periode magang berlangsung. Proses ini mencakup berbagai kegiatan, seperti menghubungi calon mitra, mengadakan pertemuan dengan mitra untuk perencanaan dan persiapan acara, pengawasan dan pelaksanaan acara, hingga evaluasi acara. Sementara itu, pencarian sponsor biasanya dilakukan ketika merancang acara-acara besar, seperti acara Shanghai Mooncake Festival dan Yuk Fun Ria Vol.2. Beberapa acara tersebut membutuhkan dukungan para sponsor untuk meningkatkan *value* acara dan menarik perhatian pengunjung. Kegiatan yang dilakukan dalam mencari sponsor adalah dengan menyusun proposal, mengadakan pertemuan, serta membuat Surat Konfirmasi Kerja Sama (SKK).

Tabel 3. 2 Timeline Kerja Magang

Aktivitas	Agustus				September				Oktober			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Approach Calon Mitra Pelaksana Acara												
Meeting dengan Mitra terkait Perencanaan Acara												
Persiapan Kebutuhan Acara												
Pelaksanaan Acara												
Evaluasi Acara												
Approach Calon Sponsor												
Penyusunan Proposal												
Meeting dengan Calon Sponsor												
Penyusunan SKK												

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas yang dilakukan oleh seorang Event Intern dalam aktivitas kerja magang di Sedayu City Kelapa Gading adalah membantu Section Head of Marketing Communication dalam melakukan *event management* dan *sponsorship* di kawasan Sedayu City Kelapa Gading, terutama di Gading Festival.

A. *Event Management*

Event Intern berpartisipasi secara langsung dalam berbagai acara yang diadakan di kawasan Sedayu City Kelapa Gading, terutama di Gading Festival. Berbagai acara di Gading Festival memiliki proses yang sedikit berbeda dalam perencanaannya dan terbagi menjadi tiga kategori, yaitu acara yang dibuat dengan sistem *barter value* bersama komunitas ataupun *brand*, acara yang dibuat dengan menyewa *event organizer*, serta acara yang direncanakan dan diimplementasikan oleh Divisi Event & Sponsorship sendiri. Secara umum, tugas yang dilakukan pada ketiga kategori tersebut serupa, yaitu berkoordinasi dengan pihak-pihak terlibat, membuat *Minutes of Meeting* (MoM), *Event Order Sheet* (EOS), *Order Confirmation* (OC), Surat Konfirmasi Kerja Sama (SKK), menjadi *Person in Charge* (PIC), melakukan dokumentasi pada hari pelaksanaan acara, dan membuat *report*.

Proses perencanaan acara yang dilaksanakan dengan sistem *barter value* dilakukan melalui kolaborasi dengan komunitas atau *brand* tertentu. Pada sistem ini, komunitas atau *brand* akan membuat konsep acara dan melakukan segala persiapan acara sendiri. Mitra yang menyelenggarakan acara di Gading Festival tersebut tidak perlu mengeluarkan biaya untuk sewa *venue*. Namun mitra akan menyelenggarakan acara mereka dengan membeli sejumlah *voucher* makanan dan minuman. Dengan begitu, Gading Festival mendapatkan keuntungan dari adanya peningkatan *traffic* pengunjung dan diharapkan para pengunjung dapat meningkatkan pembelian dari para tenant di sekitar area dengan *voucher* yang dibagikan oleh mitra tersebut.

Tidak hanya Gading Festival, tetapi komunitas atau *brand* yang menyelenggarakan acara tersebut juga mendapatkan keuntungan dengan menghemat biaya sewa *venue* dan mendapatkan dukungan dari Gading Festival sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya. Umumnya, Gading Festival memberikan dukungan berupa *venue* untuk acara, *LED big screen*, dan *sound system*. Pada acara tertentu, Gading Festival juga memberikan dukungan berupa konsumsi dan sejumlah *voucher* makanan dan minuman. Beberapa acara yang telah dilakukan dengan sistem *barter value* di Gading Festival adalah

acara Music Zone by Okezone Radio & Celebrities Radio, Pro Hijab Model, Nobar English Premier League, Nobar World Cup Qualifier, R15 Club Ind 7th Anniversary, Alazka Charity Fun Run, Octobeerfest by Beerhub, serta Meet & Greet Komunitas Ragnarok.



Gambar 3. 2 Acara Alazka Charity Fun Walk
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Kategori acara yang kedua yaitu menyewa *event organizer*. Pada sistem ini, Divisi Event & Sponsorship akan berdiskusi bersama *event organizer* terpilih terkait konsep acara yang ingin diselenggarakan di Gading Festival. Umumnya, Divisi Event & Sponsorship akan mengajukan konsep acara yang telah dibuat dan disesuaikan dengan *target market* Gading Festival. Setelah itu berdiskusi dengan *event organizer* terkait persiapan dan kebutuhan teknis yang diperlukan. Hasil diskusi tersebut dituliskan dalam bentuk Surat Konfirmasi Kerja Sama (SKK) yang terdiri dari pembagian peran antara Gading Festival dengan *event organizer*. Beberapa acara yang diadakan di Gading Festival dengan menyewa *event organizer* adalah acara SilahTurapmi, Modern Dance Competition, Pets Fun Walk, Bollyfest Party, dan Mobile Legends Halloween Competition.



Gambar 3. 3 Acara Mobile Legends Halloween Competition
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Kategori terakhir adalah acara yang dikelola oleh Divisi Event & Sponsorship sendiri tanpa ada keterlibatan pihak ketiga seperti *event organizer*. Proses perencanaan konsep dan aktivitas yang dijalankan, dirancang oleh Divisi Event & Sponsorship dengan menyesuaikan *budget* acara untuk Gading Festival. Konsep dan aktivitas pada acara yang dirancang akan disusun dalam bentuk proposal dan diajukan kepada Head of Marketing Communication. Setelah konsep acara disetujui, maka rancangan acara tersebut dikoordinasikan dengan Divisi Operational Gading Festival untuk memastikan acara dapat berjalan dan segala persiapan teknis dapat terpenuhi. Acara yang dikelola oleh Divisi Event & Sponsorship adalah acara Gebyar Lomba Kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2024 dan Shanghai Mooncake Festival pada tanggal 16 sampai 22 September 2024.



Gambar 3. 4 Acara Gebyar Lomba Kemerdekaan Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Sebagian besar acara yang diadakan di Sedayu City Kelapa Gading adalah hasil kolaborasi dengan komunitas atau *event organizer*. sehingga proses desain dan perencanaan acara lebih banyak dilakukan oleh mitra. Divisi Event & Sponsorship tidak banyak terlibat pada proses perencanaan detail, namun konsep utama acara tetap didiskusikan oleh kedua pihak. Dalam hal ini, Divisi Event & Sponsorship memiliki kesempatan untuk memberikan saran atau rekomendasi terkait acara yang akan diselenggarakan. Selama pengelolaan acara, Event Intern berperan lebih banyak dalam koordinasi dengan pihak-pihak terlibat. Sebelum acara dilaksanakan, terdapat *meeting* yang membahas detail acara dan persiapan teknis yang diperlukan untuk keberlangsungan acara. Tugas

yang dijalankan selama *meeting* tersebut adalah membuat *Minutes of Meeting* (MoM) yang terdiri dari detail acara, seperti konsep acara, kebutuhan teknis, waktu *loading* barang, dan sebagainya. MoM tersebut dibagikan kepada pihak-pihak terlibat melalui grup WhatsApp sehingga seluruh tim dapat memahami dan mempersiapkan segala hal yang dibutuhkan untuk keberlangsungan acara.

Tidak hanya membuat MoM, tetapi juga terdapat *Event Order Sheet* (EOS) yang dibuat untuk diberikan kepada Divisi Operational Gading Festival. EOS tersebut terdiri dari detail acara, seperti nama acara, waktu pelaksanaan, penanggung jawab, *layout area* saat acara berlangsung, dan berbagai pekerjaan yang perlu dilakukan dari Divisi Operational. Misalnya, PIC Tenant Relation bertugas untuk memberikan informasi kepada para *tenant* di Gading Festival terkait adanya acara yang akan diselenggarakan, PIC Operation bertugas untuk mempersiapkan *area* dan *sound system* pada jam yang telah ditentukan, dan sebagainya. EOS ini sangat membantu Divisi Operational dalam melakukan persiapan karena terdapat detail pekerjaan yang perlu dilakukan selama hari pelaksanaan acara.

EVENT ORDER SHEET			
Nama Event	E-sport Competition Mobile Legends	Periode	20-Oct-24
Pemangungjawab CP Event		Waktu	11:00 - 21:00 WIB
Layout			
Tenant Relation	PIC Tenant Relation	- Memberikan info ke tenant GF bahwa akan ada acara E-sport Competition Mobile Legend di Gading Festival	
GA	PIC GA	- Bertanggung jawab berkoordinasi dengan ME untuk acara tersebut (untuk listrik dan standby Sound System)	
Operation	PIC Operation	Menyiapkan Venue stage dan plaza zona A serta meja & kursi di zona A untuk peserta 32 tim (160 orang) Berkoordinasi dengan security untuk keamanan acara tersebut di area stage & plaza zona A Gading Festival Berkoordinasi dengan Engineering untuk standby listrik, sound system 1 set, LED Screen dan mic jam 10:00 Akan ada bazaar di zona A sekitar 18 UMKM, membutuhkan karpet abu-abu dan listrik. (Kabel rol akan disiapkan oleh ED)	
		Mempersiapkan POS Swing untuk kasir	
		Mengosongkan booth di samping kerang GF untuk diisi tenant UMKM	
		Mempersiapkan Que Line untuk membatasi peserta dengan pengunjung Membantu memasang backdrop di stage zona A Mempersiapkan 2 meja dan kursi di area dekat FOH untuk caster & MC	
MarComm	PIC MarComm	Membantu mendokumentasikan kegiatan selama acara berlangsung.	
		Mensupervisi acara selama kegiatan berlangsung.	
Engineering	PIC Engineering	Menyiapkan listrik untuk digunakan sound system dan LED Screen di stage zona A serta listrik untuk para tenant UMKM	
Finance & Accounting	PIC F&A		
Security	PIC Security	membantu untuk memberikan arahan ke pengunjung untuk acara E-sport Competition Mobile Legend di Gading	
		Memastikan keamanan di seluruh area selama acara berlangsung	

Gambar 3. 5 Event Order Sheet Mobile Legends Halloween Competition

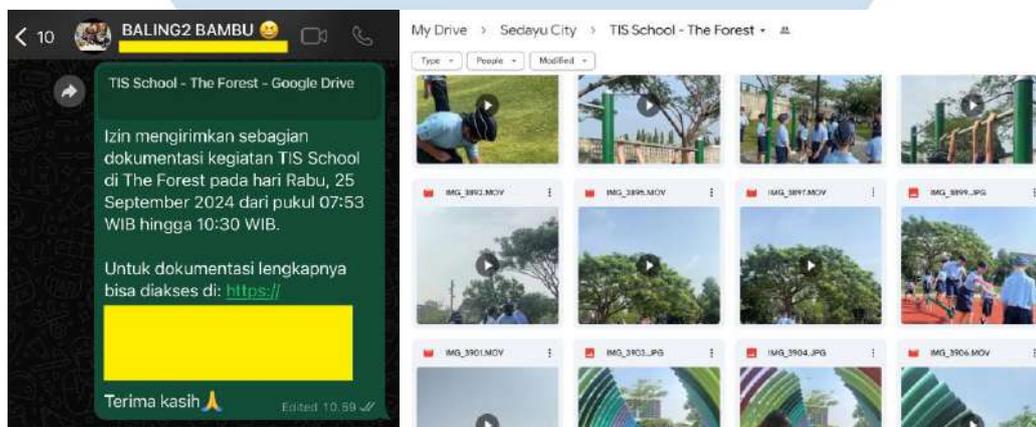
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Pada hari pelaksanaan acara, dibutuhkan *Person in Charge* (PIC) yang bertugas untuk memastikan semua persiapan acara sudah lengkap dan kegiatan berjalan lancar. Selama persiapan hingga berakhirnya acara, dilakukan koordinasi dengan Divisi Operational untuk memastikan kesiapan *venue, sound system, LED big screen*, dan segala kebutuhan teknis lainnya. Selain itu, PIC juga berkomunikasi secara intensif dengan penyelenggara acara untuk memastikan kebutuhan yang mendesak atau perubahan yang diperlukan secara mendadak dapat terpenuhi dan acara dapat berjalan dengan baik.

Tidak hanya berkoordinasi dengan Divisi Operational, namun interaksi juga dilakukan dengan Divisi Finance ketika penyelenggara acara membeli *voucher* makanan dan minuman karena Divisi tersebut yang bertugas mempersiapkan *voucher* yang dibutuhkan. Penyelenggara acara membeli *voucher* dengan mengisi formulir *Order Confirmation* (OC) yang dibuat oleh Event Intern dan melakukan pembayaran. Setelah formulir terisi lengkap dan sudah menerima bukti pembayaran, maka *voucher* yang disiapkan oleh Divisi Finance akan diambil pada satu hari sebelum pelaksanaan acara. *Voucher* akan diberikan kepada penyelenggara acara pada hari pelaksanaan acara bersama dengan nota bukti pembelian.

Ketika Gading Festival memberikan dukungan berupa *voucher*, maka dibuatlah *Internal Office Memo* (IOM) untuk Divisi Finance. IOM merupakan surat pengajuan untuk mendapatkan dukungan dari pihak Sedayu City Kelapa Gading, seperti *voucher, budget* untuk membeli barang terkait kebutuhan acara, peminjaman ruangan, dan kebutuhan lainnya. IOM terdiri dari detail acara, seperti nama acara, waktu pelaksanaan, aktivitas yang dilakukan, dan dukungan yang dibutuhkan. IOM yang telah disetujui oleh pihak yang bersangkutan langsung diberikan kepada Divisi Finance sehingga *voucher* dapat diambil pada waktu yang telah ditentukan. Jika acara telah berakhir dan terdapat sisa *voucher* yang tidak digunakan, maka berita acara akan dibuat untuk mengembalikan sisa *voucher* kepada Divisi Finance. Berita acara tersebut terdiri dari penjelasan terkait tujuan penggunaan *voucher*, jumlah dan nomor *voucher* yang telah digunakan, serta jumlah dan nomor *voucher* yang akan dikembalikan.

Divisi lain yang berinteraksi dengan Event Intern adalah Divisi Creative Communication yang bertugas untuk mempublikasikan acara yang berlangsung pada media sosial Gading Festival. Pada satu hari sebelum acara, Divisi Creative Communication akan memberikan konfirmasi terkait kehadiran divisi tersebut pada hari pelaksanaan acara sekaligus menerima *rundown* acara yang diselenggarakan. Hal tersebut dilakukan agar Divisi Creative Communication melakukan persiapan dan datang tepat waktu pada hari pelaksanaan acara. Jika Divisi Creative Communication berhalangan hadir pada waktu acara, maka Event Intern bertugas melakukan dokumentasi untuk media sosial Gading Festival dengan mengambil foto maupun video yang dimasukkan ke dalam Google Drive. Divisi Creative Communication mengakses Google Drive tersebut, melakukan *editing*, dan mempublikasikannya pada media sosial Gading Festival.



Gambar 3. 6 Dokumentasi Acara pada Hari Pelaksanaan
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Pengawasan terhadap *traffic* pengunjung juga menjadi salah satu tugas penting selama acara berlangsung, mengingat tujuan utama acara yang diadakan adalah untuk menarik lebih banyak pengunjung yang melakukan pembelian di *area* Gading Festival. Pengawasan dilakukan dengan melakukan observasi sekaligus dokumentasi sebagai bukti dan dimasukkan ke dalam *report* sebagai bahan evaluasi kegiatan. Tidak hanya melakukan dokumentasi terhadap *traffic* pengunjung, namun dokumentasi juga dilakukan untuk melaporkan rangkaian acara kepada Board of Directors selama acara berlangsung. Setelah acara berakhir, akan dibuat laporan kegiatan yang terdiri dari dokumentasi selama

rangkaian acara dan hasil pengamatan selama acara berlangsung. Hasil pengamatan tersebut berkaitan dengan interaksi dan *traffic* pengunjung yang menjadi bahan evaluasi untuk menyelenggarakan acara di masa mendatang. Laporan kegiatan dilakukan melalui *chat* di grup WhatsApp dan terkadang disusun dalam bentuk Power Point.



Gambar 3. 7 Laporan Kegiatan Acara
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Proses perencanaan sebuah acara harus melibatkan pihak-pihak tertentu yang memiliki tanggung jawab dan wewenang dalam membuat keputusan. Hal tersebut dikarenakan rencana yang dibuat harus realistis namun tetap memenuhi ekspektasi *stakeholders* (Lee & Goldblatt, 2020, pp. 104-105). Dalam melakukan perencanaan, salah satu aspek penting yang harus disesuaikan adalah kebutuhan *target audience* dengan kebutuhan penyelenggara acara sehingga dapat mengadakan acara yang relevan dengan *stakeholders* (Devney, 2015). Pernyataan tersebut selaras dengan aksi Sedayu City Kelapa Gading yang selalu mengadakan *meeting* dengan pihak-pihak terlibat, seperti penyelenggara acara, Divisi Event & Sponsorship, dan Divisi Operational. Pada *meeting* tersebut, pihak-pihak terlibat mendiskusikan segala hal yang berkaitan dengan keberlangsungan acara, seperti konsep acara, tujuan dan target sasaran acara, waktu serta tempat pelaksanaan, hal teknis yang dibutuhkan, dan sebagainya.

Selain itu, Goldblatt juga menyatakan pentingnya membuat instrumen yang dapat menjadi panduan selama persiapan dan pelaksanaan acara bagi seluruh pihak terlibat (Lee & Goldblatt, 2020, p. 110). Instrumen tersebut memastikan seluruh pihak terlibat mendapatkan informasi yang sama dan meminimalkan risiko miskomunikasi. Selama proses magang, instrumen dibuat dalam bentuk MoM yang digunakan untuk memberikan informasi kepada para pihak terlibat terkait gambaran acara dan segala hal yang dibutuhkan pada persiapan maupun pelaksanaan acara. MoM yang mencakup detail acara seperti kebutuhan teknis secara rinci dan *timeline* akan mempermudah koordinasi, terutama saat mengatur logistik dan teknis acara. Tidak hanya MoM, namun Sedayu City Kelapa Gading juga selalu membuat SKK yang mengatur pembagian peran secara rinci antara pihak-pihak terlibat sehingga dapat menunjukkan adanya komitmen dari kedua pihak dan mencegah perselisihan terkait tanggung jawab masing-masing di masa mendatang.

Keberhasilan sebuah acara sangat dipengaruhi oleh pembagian tanggung jawab kepada orang yang tepat (Lee & Goldblatt, 2020, p. 120). Hal tersebut dikarenakan penyelenggara acara tidak dapat melaksanakan semua tanggung jawabnya sendiri dan membutuhkan sumber daya manusia lain yang ahli pada bidangnya untuk membuat waktu dan energi para pekerja digunakan secara efisien. Jika pembagian peran telah dilakukan, maka dibutuhkan seseorang yang dapat mengawasi kinerja dan produktivitas tim serta menjaga komunikasi yang efisien dengan para pihak yang terlibat (Bowdin et al., 2023). Sesuai dengan pernyataan tersebut, Sedayu City Kelapa Gading membentuk berbagai departemen dan divisi yang dapat berkolaborasi dan membentuk tim acara yang efisien. Dalam menjalankan komunikasi yang efisien, pihak-pihak terlibat biasanya mengadakan *meeting* dan membuat EOS sehingga pembagian tugas setiap divisi menjadi lebih rinci dan efisien. Dalam EOS tersebut, terdapat penanggung jawab yang jelas sehingga persiapan dan pelaksanaan acara dilakukan tepat waktu.

Pembagian tugas yang efektif akan membutuhkan komunikasi yang baik. Keberhasilan acara juga sangat bergantung pada koordinasi yang efektif, baik secara lisan, tulisan, maupun melalui elektronik (Goldblatt, 2014, p. 66). Komunikasi yang efektif digunakan untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholders* sehingga mencegah terjadinya miskomunikasi dan dapat memecahkan masalah yang muncul mendadak. Namun pada saat-saat tertentu, terdapat keputusan yang harus diambil dengan cepat tanpa ada waktu untuk berkonsultasi dengan seluruh pihak terlibat. Keputusan tersebut biasanya dibutuhkan untuk mengatasi situasi darurat atau perubahan mendadak yang membutuhkan tindakan segera (Goldblatt, 2014, p. 120). Pada praktiknya, seorang PIC pada hari pelaksanaan acara harus melakukan koordinasi dengan berbagai pihak. Terutama dengan Divisi Operational, dan Divisi Creative Communication. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan kesiapan teknis dan memastikan adanya dokumentasi yang dibutuhkan selama acara berlangsung. Selain itu, dibutuhkan koordinasi intensif dengan penyelenggara acara untuk mengatasi kebutuhan mendesak atau perubahan yang terjadi secara tiba-tiba. Misalnya, ketika terdapat perubahan materi untuk *LED big screen* maka PIC akan segera menyampaikan informasi tersebut kepada Divisi Operational untuk mengubah materi sesuai dengan yang diinginkan.

B. Sponsorship

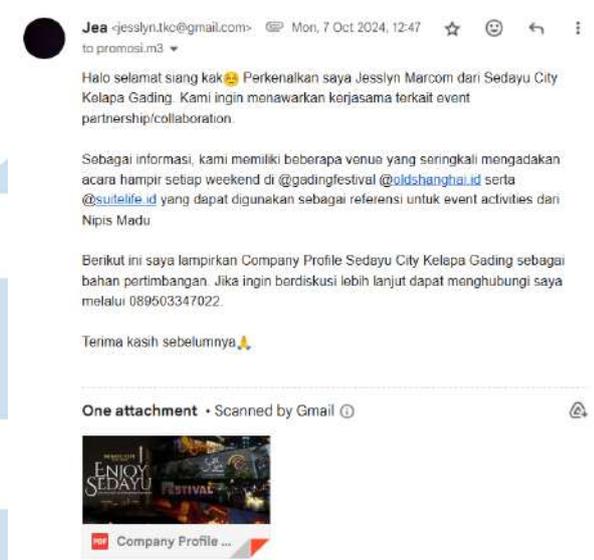
Selain melakukan *event management*, terdapat kegiatan *sponsorship* yang dilaksanakan selama periode magang berjalan. Dalam proses *sponsorship*, tahap pertama yang dilakukan adalah mengumpulkan informasi. Pengumpulan informasi dilakukan dengan mencari calon mitra berupa *brand* yang berpotensi menjadi sponsor untuk mendukung acara-acara yang diadakan di Sedayu City Kelapa Gading. Calon mitra yang dicari adalah komunitas dan *brand* yang memiliki kesamaan dengan target pasar serta mampu menarik perhatian masyarakat untuk menghadiri acara tersebut sehingga memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Sebelum menghubungi calon mitra, dilakukan proses seleksi melalui riset sederhana pada media sosial ataupun *website brand*

tersebut. Riset dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah *brand* tersebut sedang merilis produk baru atau aktif dalam mengikuti kegiatan *sponsorship* yang relevan dengan acara di Gading Festival. Daftar calon mitra yang potensial dikumpulkan dalam Google Sheets seperti gambar di bawah ini.

List Calon Sponsor Event Sedayu City Kelapa Gading						
1	Pokemon Go (Brand)	Permainan Smartphone	IG: @Pokemomongoappid IG: @pokemon_go_indonesia	Sudah di DM	Riky	
2	ganara art pottery	Ari Class (pottery)	ig: https://www.instagram.com/ganara_pottery/ https://www.instagram.com/ganaraartspace/?hl=en	Sudah di DM	Jesslyn	
3	tasteoflovekfood	Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation	ig: https://www.instagram.com/tasteoflovekfood/?hl=en	Sudah di DM	Jesslyn	
4	Kopi Jago	Brand Minuman	IG: https://www.instagram.com/jagoind/	Listing	Riky	
5	Youniverse Community	Platform Komunitas		Perlu Meet in Person	Jesslyn	
6	Arktiv Muslimah Sportswear	Brand Sportswear	https://www.instagram.com/arktiv	Sudah di DM	Jesslyn	
7	Macs World Official	Produk Mewarnai	https://www.instagram.com/macs_world_official/?hl=en	Sudah di DM	Jesslyn	
8	Ultra Milk	FnB	Instagram: https://www.instagram.com/ultra_mym/?hl=en Email: pradnya.dila@mateo.agency	Perlu di Email	Jesslyn	
9	Photomatics	Photobox		Sudah di DM	Riky	
10	Nips Madu	Minuman	Email: promosi.m3@mayora.co.id NoTelp: 0851-8207-2693	Sudah di DM	Jesslyn	

Gambar 3. 8 List Komunitas dan Brand yang Potensial
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Calon mitra yang potensial akan dihubungi melalui platform yang dapat diakses, seperti *Direct Message* (DM) Instagram, *email*, ataupun WhatsApp. Interaksi tersebut bertujuan untuk menawarkan kerja sama dengan menyampaikan informasi terkait *venue* dan peluang kegiatan *sponsorship* yang dapat dilakukan. Informasi mengenai *venue* Sedayu City Kelapa Gading disusun dalam profil perusahaan, sedangkan kegiatan *sponsorship* dirancang dalam bentuk proposal yang kemudian dikirimkan kepada calon mitra. Profil perusahaan dan proposal tersebut menjadi gambaran terkait fasilitas dan ruangan yang tersedia di Sedayu City Kelapa Gading, sekaligus menjadi referensi bagi calon mitra untuk menentukan *marketing activities* yang sesuai. Dengan demikian, calon mitra dapat mempertimbangkan bentuk *sponsorship* yang cocok untuk diadakan di Sedayu City Kelapa Gading.



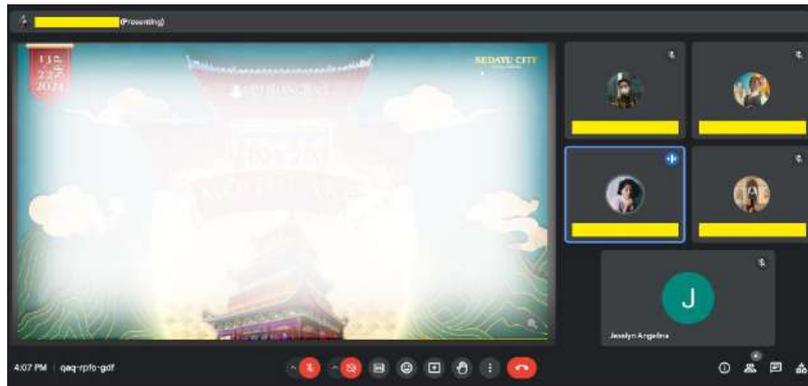
Gambar 3. 9 Approach Sponsorship melalui Email
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Pada tahap kedua dalam penawaran kerja sama, Event Intern bersama Section Head of Marketing Communication mempersiapkan proposal yang menarik dengan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan potensi kolaborasi serta memberikan referensi kegiatan yang dapat dilakukan oleh kedua belah pihak. Proposal tersebut dibuat dengan tujuan untuk menarik minat calon mitra melalui penyampaian yang terstruktur dan informatif. Proposal yang disusun umumnya terdiri dari profil perusahaan, deskripsi acara, *target audience*, paket *sponsorship* termasuk aktivitas dan keuntungan yang didapat calon mitra, serta informasi lainnya yang dibutuhkan. Proposal yang telah disusun oleh Event Intern dengan bimbingan dari Section Head of Marketing Communication adalah proposal untuk pengajuan penyelenggaraan acara K-pop Singing Competition, proposal pengajuan penyelenggaraan Yuk Fun Ria Vol.2, proposal pengajuan acara Gebyar Lomba Kemerdekaan Indonesia, proposal pengajuan kerja sama dengan cat Dulux, proposal untuk pengajuan Workshop Activities, dan *design proposal* untuk *branding activation* Old Shanghai.



Gambar 3. 10 Contoh Proposal untuk Approach Sponsor
 Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Jika calon mitra tertarik untuk bekerja sama dengan Sedayu City Kelapa Gading, maka kedua belah pihak menentukan jadwal pertemuan untuk bernegosiasi dan menyusun Surat Konfirmasi Kerja Sama (SKK) sesuai dengan kesepakatan bersama. Dalam pertemuan tersebut, masing-masing pihak menjelaskan profil perusahaannya dan menyesuaikan objektif kerja sama agar sesuai dengan tujuan serta kebutuhan kedua belah pihak. Selain itu, calon mitra biasanya melakukan survei lapangan di area Sedayu City Kelapa Gading untuk menilai potensi *venue* dan mempersiapkan *marketing activities* yang relevan. Pertemuan yang telah dijadwalkan akan dihadiri oleh Marketing Communication Head Division, Section Head of Marketing Communication, serta Event Intern. Jadwal pertemuan ditentukan sesuai dengan kesepakatan bersama, baik dilakukan secara tatap muka maupun secara daring melalui Google Meet atau Zoom. Setelah negosiasi berjalan dengan baik, kedua pihak melanjutkan diskusi untuk menyusun SKK. Dokumen tersebut menjelaskan secara rinci pembagian hak dan tanggung jawab masing-masing pihak yang terlibat. SKK yang telah disepakati akan ditandatangani oleh kedua belah pihak sebagai bentuk komitmen kerja sama dan mencegah potensi perselisihan di masa mendatang.



Gambar 3. 11 Meeting dengan Oriflame Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Sebelum membangun hubungan dengan para sponsor, umumnya terdapat tiga tahapan yang akan dihadapi. Tahap pertama adalah pengumpulan informasi, tahap kedua merupakan penyusunan dan penyampaian proposal, serta tahap ketiga adalah negosiasi dan penandatanganan kontrak (Cornwell, 2020, p. 42). Dalam penerapannya, Sedayu City Kelapa Gading telah mengimplementasikan ketiga tahap tersebut untuk menarik mitra yang tepat. Analisis *brand image* dan reputasi dilakukan untuk memahami perilaku konsumen calon mitra yang akan dihubungi sehingga kerja sama yang dilaksanakan dapat berjalan lebih efektif (Cornwell, 2020, p. 56). Dalam proses pengumpulan informasi, Sedayu City Kelapa Gading menyesuaikan calon mitra berdasarkan kriteria tertentu, seperti kesamaan target pasar, reputasi sebagai sponsor di acara serupa, ataupun adanya peluncuran produk baru yang relevan dengan *target audience* Gading Festival. Strategi tersebut dilakukan agar acara yang diselenggarakan dapat menghasilkan keuntungan bagi kedua pihak.

Sebelum menyetujui sebuah program *sponsorship*, calon mitra umumnya akan memperhatikan beberapa aspek penting dari perusahaan yang mengajukan kerja sama. Beberapa hal utama yang diperhatikan adalah kesesuaian antara tujuan acara dengan tujuan *sponsorship*, serta jaminan bahwa dana yang akan dikeluarkan sepadan dengan *value* yang akan didapatkan setelah melaksanakan kerja sama (Adawiyah, 2020, p. 129). Untuk memastikan calon mitra memiliki tujuan yang sama dengan perusahaan, sebuah proposal yang spesifik dibutuhkan untuk menjadi panduan bagi calon mitra terkait detail kegiatan yang

akan diselenggarakan. Termasuk berbagai *value* yang akan didapatkan calon mitra (Cornwell, 2020, p. 37). Dalam pembuatan proposal yang efektif, terdapat lima pertanyaan yang perlu diperhatikan, yaitu mengapa acara dibuat, untuk siapa acara diselenggarakan, apa yang akan dilakukan selama acara, kapan dan di mana acara akan diselenggarakan (Dowson & Bassett, 2015, pp. 37-38). Sedayu City Kelapa Gading menarik perhatian calon mitra melalui pengembangan proposal *sponsorship* yang tidak hanya menawarkan *brand exposure*, tetapi juga *brand activation* seperti *interactive booth*, hadiah eksklusif, ataupun kolaborasi lainnya yang memberikan pengalaman menarik bagi *customer*. Proposal tersebut dibuat dengan harapan dapat meningkatkan daya tarik calon mitra untuk melakukan kolaborasi dengan Sedayu City Kelapa Gading.

Tahap terakhir pada proses *sponsorship* adalah negosiasi dan penandatanganan kontrak. Pada tahap ini, kedua pihak yang terlibat akan berdiskusi untuk membuat kesepakatan yang saling menguntungkan. Selama negosiasi berlangsung, berbagai elemen seperti properti, legalitas, kustomisasi, teknologi, maupun hal-hal lain yang memiliki *value* harus didiskusikan secara detail karena akan berpengaruh pada penentuan harga (Cornwell, 2020, p. 40). Dalam program *sponsorship*, Sedayu City Kelapa Gading sangat terbuka terhadap negosiasi dan kustomisasi dengan calon mitra. Negosiasi dilakukan melalui *meeting* yang memungkinkan kedua pihak untuk saling menyampaikan pendapat hingga mencapai kesepakatan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Hasil negosiasi yang telah disepakati bersama dituliskan dalam Surat Konfirmasi Kerja Sama (SKK), yang berfungsi sebagai dokumen resmi yang bersifat mengikat. SKK dibuat tidak hanya untuk menegaskan adanya hubungan kerja sama, tetapi juga memperjelas peran dan tanggung jawab kedua pihak yang terlibat sehingga meminimalkan risiko perselisihan di masa depan.

3.2.3 Kendala Utama

Kendala utama yang dihadapi selama proses magang sebagai Event Intern di Sedayu City Kelapa Gading adalah adanya perbedaan antara teori yang dipelajari dengan praktik di lapangan. Selama perkuliahan, materi yang ditekankan adalah konsep *event management* seperti *research, design, planning, coordination*, dan *evaluation*. Namun dalam praktiknya, beberapa kali Divisi Event & Sponsorship tidak terlibat secara langsung pada proses riset, desain, dan perencanaan acara karena kegiatan tersebut lebih banyak dilakukan oleh mitra, seperti *event organizer* maupun komunitas tertentu. Hal tersebut menyebabkan beberapa acara kurang sukses atau minim keterlibatan pengunjung karena kurangnya riset yang spesifik dan kurang sesuai dengan *target audience* Sedayu City Kelapa Gading.

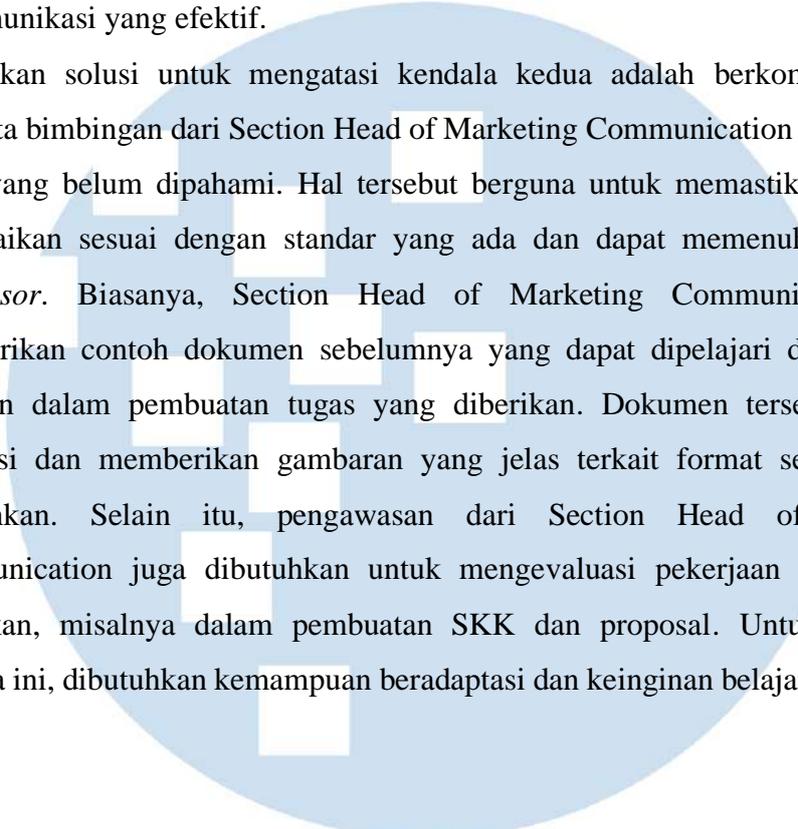
Selain itu, Event Intern memiliki tugas terkait teknis dan administratif, seperti berkoordinasi dengan penyelenggara acara untuk memenuhi kebutuhan operasional, serta membuat dokumen penting yang berhubungan dengan perizinan maupun surat kerja sama. Hal tersebut menyebabkan kebingungan pada awal periode magang karena pengetahuan konseptual terkait manajemen acara saja tidak cukup untuk menjalankan aktivitas magang di Sedayu City Kelapa Gading. Kendala tersebut memperlambat proses pengerjaan tugas yang diberikan, terutama pada pembuatan dokumen administrasi seperti Surat Konfirmasi Kerja Sama (SKK) yang membutuhkan pengetahuan mendalam terkait pembagian peran antara pihak penyelenggara acara dengan pihak Sedayu City Kelapa Gading.

3.2.4 Solusi

Solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala pertama dengan melakukan koordinasi melalui *meeting* dengan mitra, khususnya pada proses riset dan perencanaan acara. Hal ini dilakukan agar Divisi Event & Sponsorship dapat memahami lebih detail konsep acara yang dirancang dan bisa memberikan saran atau rekomendasi yang relevan kepada mitra sehingga acara lebih sesuai dengan *target audience* Sedayu City Kelapa Gading. Selain itu, kedua pihak dapat mengadakan evaluasi untuk menganalisis kekurangan yang terjadi dan mengatasi kekurangan tersebut pada acara-acara berikutnya. Kemampuan yang dibutuhkan

dalam melakukan hal tersebut adalah pikiran yang kritis dan kemampuan berkomunikasi yang efektif.

Sedangkan solusi untuk mengatasi kendala kedua adalah berkomunikasi dan meminta bimbingan dari Section Head of Marketing Communication terkait tugas-tugas yang belum dipahami. Hal tersebut berguna untuk memastikan pekerjaan diselesaikan sesuai dengan standar yang ada dan dapat memenuhi ekspektasi *supervisor*. Biasanya, Section Head of Marketing Communication akan memberikan contoh dokumen sebelumnya yang dapat dipelajari dan dijadikan panduan dalam pembuatan tugas yang diberikan. Dokumen tersebut menjadi referensi dan memberikan gambaran yang jelas terkait format serta isi yang dibutuhkan. Selain itu, pengawasan dari Section Head of Marketing Communication juga dibutuhkan untuk mengevaluasi pekerjaan yang sedang dilakukan, misalnya dalam pembuatan SKK dan proposal. Untuk mengatasi kendala ini, dibutuhkan kemampuan beradaptasi dan keinginan belajar yang tinggi.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered in the background of the page. It features a stylized 'U' and 'M' inside a circle, with the letters 'UMMN' written in a bold, sans-serif font below it.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA