

**PERAN DIVISI EVENT MARKETING SEBAGAI  
*TENANT RELATIONS* DALAM POP UP FESTIVAL  
(PERGIKULINER EVENT)**



**LAPORAN MAGANG**

**Clarensia Anjeli**

**00000075079**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2025**

**PERAN DIVISI EVENT MARKETING SEBAGAI  
*TENANT RELATIONS* DALAM POP UP FESTIVAL  
(PERGIKULINER EVENT)**



**LAPORAN MAGANG**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Clarensia Anjeli**

**00000075079**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Clarensia Anjeli

Nomor Induk Mahasiswa 00000075079

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **PERAN DIVISI EVENT MARKETING SEBAGAI *TENANT RELATIONS* DALAM POP UP FESTIVAL (PERGIKULINER EVENT)**

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

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

Tangerang, 25 Juni 2025



Clarensia Anjeli

UMM  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul

### PERAN DIVISI EVENT MARKETING SEBAGAI TENANT RELATIONS DALAM POP UP FESTIVAL (PERGIKULINER EVENT)

Oleh

Nama : Clarensia Anjeli  
NIM : 00000075079  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara  
Jakarta, 25 Mei 2025

Pembimbing

  
Digitally signed by  
Siti Fithya Mauldina  
Date: 2025.06.26  
18:31:37 +07'00'  
**Siti Fithya Mauldina, S.Sos., M.Si**  
NUPTK 7556755656230102

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Irwan Fakhruddin  
2025.06.27  
09:57:57 +07'00'  
2025.001.20531  
**Cendera Rizky Anugrah Bangun. S.,Sos.,M.,Si.**  
NIDN 0304078404

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
**PERAN DIVISI EVENT MARKETING SEBAGAI *TENANT RELATIONS*  
DALAM POP UP FESTIVAL (PERGIKULINER EVENT)**

Oleh

Nama : Clarensia Anjeli

NIM : 00000075079

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 2 Juli 2025

Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Digitally signed  
by Siti Fifthya  
Mauldina  
Date: 2025.07.06  
19:07:20 +07'00'

**Siti Fifthya Mauldina, S.Sos., M.Si**

**NUPTK 7556755656230102**



**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**

**NIDN 0304078404**

Pembimbing



Digitally signed by  
Siti Fifthya  
Mauldina  
Date: 2025.07.06  
19:07:01 +07'00'

**Siti Fifthya Mauldina, S.Sos., M.Si**

**NUPTK 7556755656230102**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**

**NIDN 0304078404**

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

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Clarensia Anjeli

NIM : 00000075079

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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

### **PERAN DIVISI EVENT MARKETING SEBAGAI *TENANT RELATION* DALAM POP UP FESTIVAL (PERGIKULINER EVENT)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



Clarensia Anjeli

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

**“PERAN DIVISI EVENT MARKETING SEBAGAI *TENANT RELATIONS* DALAM POP UP FESTIVAL (PERGIKULINER EVENT)”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Siti Fifthya Mauldina, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Michelle Stefanie Thio, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang
6. Ibu Diamarella Rizkiyah, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang
7. Kepada Perusahaan PT Online Media Guna (PergiKuliner) yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan praktek kerja magang

8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
9. Semua pihak yang secara tidak langsung membantu penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang hingga penulisan laporan magang yang tidak bisa penulis sebut satu-satu

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

Tangerang, 25 Juni 2025



Clarenisia Anjeli



# PERAN DIVISI EVENT MARKETING SEBAGAI *TENANT RELATIONS* DALAM POP UP FESTIVAL (PERGIKULINER EVENT)

Clarensia Anjeli

## ABSTRAK

Laporan ini membahas pengalaman magang penulis di PT Online Media Guna (PergiKuliner) sebagai Event Marketing Intern selama periode Januari hingga Juni 2025. Perusahaan ini dipilih karena relevan dengan minat penulis dalam bidang komunikasi strategis, khususnya event marketing dan industri kuliner yang sedang berkembang pesat di Indonesia. Penulis ditempatkan di tim Pop Up Festival yang menangani event kuliner di berbagai lokasi strategis seperti kampus dan perkantoran. Selama magang, penulis terlibat dalam proses pencarian tenant, pelaksanaan event, serta menjadi Person In Charge (PIC) tenant dan pengunjung. Selain itu, penulis juga berpartisipasi dalam kegiatan promosi langsung dengan produk kolaborasi, seperti menjadi SPG dan model iklan produk Ralali. Dalam pelaksanaan magang, ditemukan beberapa kendala seperti kesulitan mencari tenant multiproduk, miskomunikasi internal, serta ketidaksiapan venue. Penulis menerapkan pendekatan personal selling, komunikasi persuasif, serta evaluasi event untuk menyelesaikan masalah tersebut. Pengalaman ini memberikan pemahaman nyata mengenai praktik komunikasi pemasaran, kerja tim, problem solving, dan peran penting event marketing dalam membangun hubungan bisnis dan memperkuat brand.

**Kata kunci:** *event marketing, personal selling, tenant*

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# THE ROLE OF THE EVENT MARKETING DIVISION AS TENANT RELATIONS IN POP UP FESTIVAL (PERGIKULINER EVENT)

Clarensia Anjeli

## ***ABSTRACT***

*This report presents the internship experience of the author at PT Online Media Guna (PergiKuliner) as an Event Marketing Intern from January to June 2025. The company was chosen due to its relevance to the author's interest in strategic communication, particularly in event marketing and the growing culinary industry in Indonesia. The author was assigned to the Pop Up Festival team, which organizes culinary events in strategic locations such as campuses and office buildings. During the internship, the author was involved in tenant acquisition, event execution, and acted as the Person In Charge (PIC) for tenants and visitors. The author also participated in direct promotion activities for collaboration products, such as working as a Sales Promotion Girl (SPG) and advertising model for Ralali products. Several challenges arose during the internship, including difficulties in recruiting multiproduct tenants, internal miscommunication, and unprepared venues. These issues were addressed through personal selling approaches, persuasive communication, and event evaluation strategies. This internship provided valuable insights into real-world marketing communication practices, teamwork, problem solving, and the strategic role of event marketing in building business relationships and enhancing brand presence.*

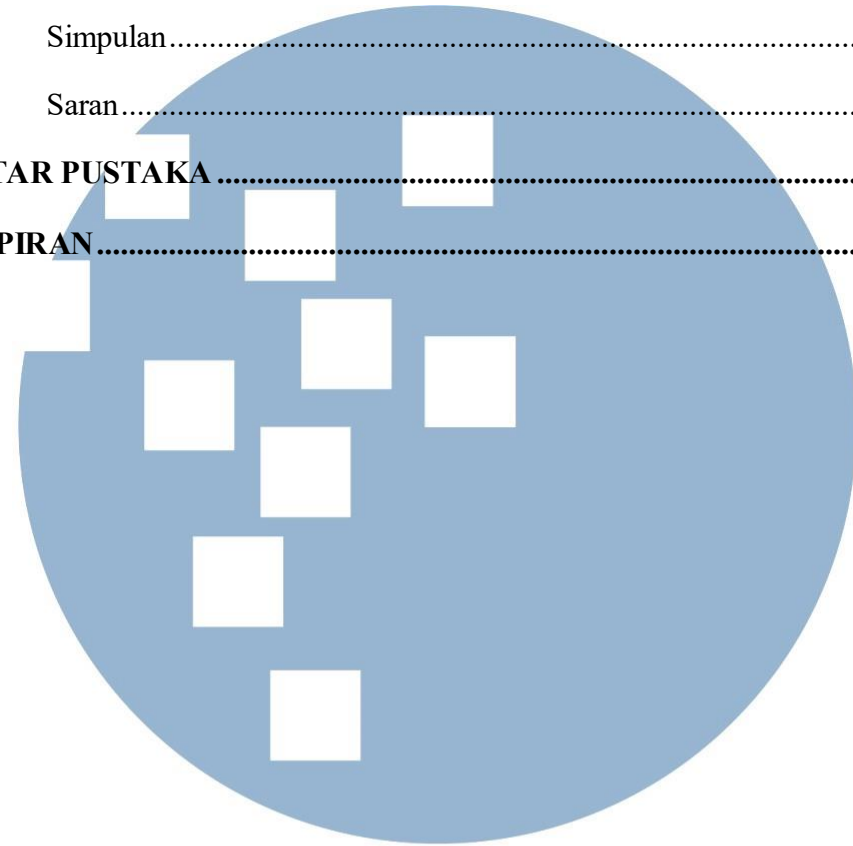
**Keywords:** *event marketing, personal selling, tenant*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

|                                                                                       |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>                                         | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>                                                      | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                                                        | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br/>KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b> | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                            | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                                   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                                               | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                             | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                                          | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                         | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                                              | 1           |
| 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang .....                                  | 5           |
| 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....                                  | 5           |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI.....</b>                                | <b>7</b>    |
| 2.1 Tentang PergiKuliner .....                                                        | 7           |
| 2.2 Visi Misi .....                                                                   | 8           |
| 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....                                               | 8           |
| <b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....</b>                                          | <b>11</b>   |
| 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang .....                                                | 11          |
| 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....                                          | 11          |

|                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| <b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....</b> | <b>44</b> |
| 4.1    Simpulan.....                  | 44        |
| 4.2    Saran.....                     | 46        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>           | <b>47</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                  | <b>48</b> |

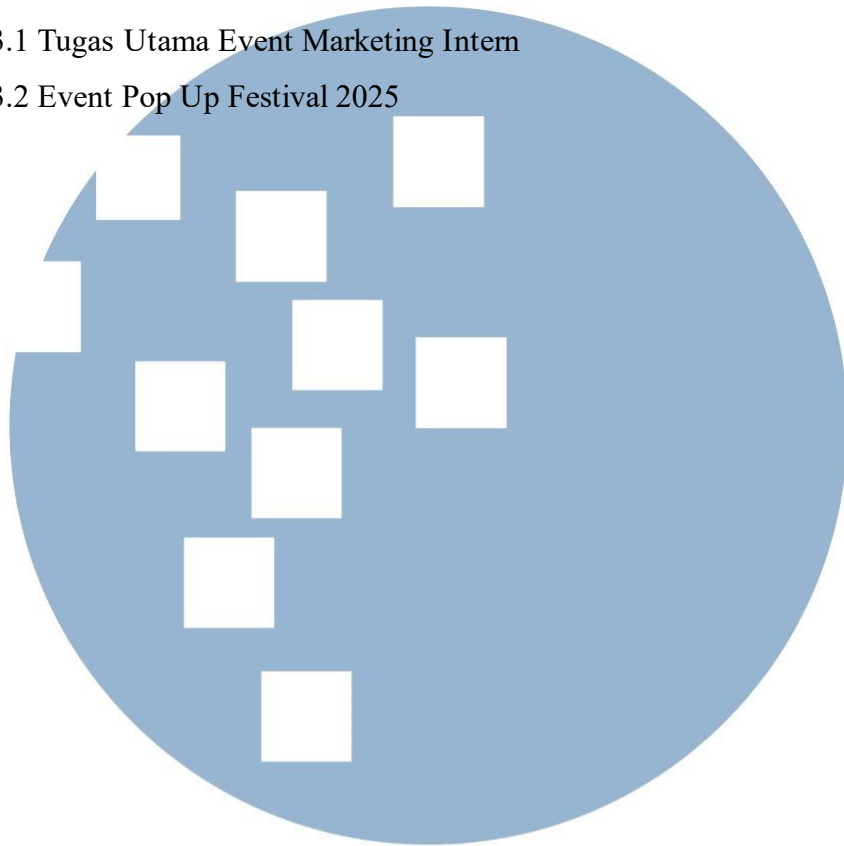


UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Tugas Utama Event Marketing Intern | 12 |
| Tabel 3.2 Event Pop Up Festival 2025         | 20 |



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Data usaha kuliner terbanyak di Indonesia             | 1  |
| Gambar 1.2 Data Referensi kuliner                                | 3  |
| Gambar 2.1 Logo PergiKuliner                                     | 6  |
| Gambar 2.2 Stuktur Organisasi                                    | 7  |
| Gambar 2.3 Stuktur Organisasi Departemen Marketing               | 8  |
| Gambar 3.1 Proses Personal Selling                               | 14 |
| Gambar 3.2 Chat Penulis dalam mendapatkan informasi              | 15 |
| Gambar 3.3 Chat penulis dengan calon tenant                      | 16 |
| Gambar 3.4 Chat penulis dengan calon tenant                      | 17 |
| Gambar 3.5 Chat penulis dengan calon tenant                      | 17 |
| Gambar 3.6 Chat penulis dengan calon tenant                      | 18 |
| Gambar 3.7 Chat penulis dengan calon tenant                      | 19 |
| Gambar 3.8 Penulis melakukan visit                               | 19 |
| Gambar 3.9 Penulis membuat ddakji                                | 20 |
| Gambar 3.10 Penulis saat membagikan brosur                       | 21 |
| Gambar 3.11 Jumlah Visitor Pop Up Festival “January Joy” Chillax | 22 |
| Gambar 3.12 Penulis saat menjaga booth                           | 23 |
| Gambar 3.13 Persiapan Voucher                                    | 24 |
| Gambar 3.14 Penulis melakukan technical meeting                  | 25 |
| Gambar 3.15 Penulis saat menjaga booth                           | 26 |
| Gambar 3.16 Jumlah Visitor Pop Up Festival “Clearance Sale”      | 27 |
| Gambar 3.17 Penulis saat membantu loading out                    | 28 |
| Gambar 3.18 Penulis saat membagikan brosur                       | 29 |
| Gambar 3.19 Penulis saat menempelkan banner                      | 30 |
| Gambar 3.20 Penulis saat mendapatkan komplain                    | 31 |
| Gambar 3.21 Tenant Claren pada Pop Up Goes To Campus UPH         | 31 |
| Gambar 3.22 Penulis melakukan brainstorming                      | 32 |
| Gambar 3.23 Penulis melakukan visit event                        | 33 |
| Gambar 3.24 Chat penulis dengan tenant                           | 34 |
| Gambar 3.25 Penulis dalam event terakhir                         | 35 |
| Gambar 3.26 Hasil pengambilan video                              | 36 |
| Gambar 3.27 Tenant dadaran                                       | 37 |
| Gambar 3.28 Pekerjaan penulis saat opening                       | 38 |
| Gambar 3.29 Pekerjaan penulis saat closing                       | 38 |
| Gambar 3.30 Pengemasan produk                                    | 39 |
| Gambar 3.31 Penulis saat menjadi SPG                             | 40 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| A Surat Pengantar MBKM MBKM 01             | 46 |
| B Kartu MBKM – MBKM 02                     | 47 |
| C Daily Task MBKM – MBKM 03                | 48 |
| D Lembar verifikasi Laporan MBKM – MBKM 04 | 70 |
| E Surat penerimaan MBKM (LoA)              | 71 |
| F Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin       | 72 |
| G Hasil Karya Tugas selama MBKM            | 73 |

