

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama menjalani program magang, penempatan posisi magang berada di divisi *Event Producer* yang merupakan bagian dari Departemen *Marketing Purwadhika*. Divisi ini memiliki peran strategis dalam meningkatkan *awareness* terhadap program *bootcamp Job Connector* yang ditawarkan oleh Purwadhika, melalui penyelenggaraan berbagai *event*, baik yang bersifat gratis maupun berbayar dalam bentuk *webinar* dan *workshop*. Sepanjang periode magang, bimbingan langsung diberikan oleh Kak Nabiilah Ulinuha Sunarto sejak awal masa magang hingga tanggal 4 April 2025. Selanjutnya, terjadi pergantian *supervisor*, sehingga pembimbing dialihkan kepada Kak Karen Tandoko selaku *Partnership & KOL Specialist* di Purwadhika. Meskipun terjadi pergantian *supervisor*, tugas dan tanggung jawab sebagai *Event Producer Intern* tetap dijalankan hingga akhir periode magang.

Dalam struktur tim *event*, posisi *Event Producer Intern* berada di bawah pengawasan langsung oleh *supervisor* yang memberikan arahan, membimbing proses kerja, serta memberikan penugasan kerja. *Supervisor* bertanggung jawab kepada *Chief Marketing Officer (CMO)*, yang memimpin seluruh departemen *marketing* dan memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan dalam perencanaan dan pelaksanaan acara. Gambar 3.1 menunjukkan struktur dalam tim *Event Producer*.

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



Gambar 3. 1 Struktur Tim *Event Producer*

Selama proses kerja magang, ada banyak keterlibatan dalam setiap sesi diskusi dan rapat yang berkaitan dengan aktivitas divisi *event*. Terdapat *meeting* mingguan bersama *Chief Marketing Officer (CMO)* yang diikuti secara rutin untuk menyampaikan laporan perkembangan pekerjaan, laporan hasil evaluasi acara yang telah dilaksanakan, serta laporan rencana *event* mendatang. Pada rapat lintas divisi dengan tim dari departemen lain, juga terdapat keterlibatan dalam setiap diskusi yang dijalankan untuk memastikan proses pelaksanaan *event* berjalan dengan baik. Selain itu, terdapat keterlibatan dalam rapat eksternal dengan perusahaan lain untuk membahas peluang kolaborasi *event* mendatang. Keterlibatan ini memberikan wawasan praktis mengenai proses komunikasi dan kerja sama profesional di lingkungan kerja.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Proses kerja magang yang berlangsung selama 658 jam kerja mencakup seluruh tahapan dalam penyelenggaraan *event*, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga kegiatan pasca-*event*. Dalam setiap tahapannya, terdapat keterlibatan langsung dalam berbagai aktivitas, seperti penentuan topik, penyusunan materi, pencarian pembicara, pembuatan materi promosi, pengelolaan teknis pelaksanaan *event online*, hingga tahap evaluasi acara. Aktivitas-aktivitas ini menuntut

pengetahuan dasar mengenai manajemen *event*, termasuk pemahaman terhadap alur kerja tim, komunikasi dengan berbagai pihak, serta keterampilan dalam menyusun strategi promosi *event*.

Dalam prosesnya, perancangan *event* tidak dilakukan sendiri oleh *tim event*, melainkan melibatkan koordinasi lintas tim dengan beberapa divisi lain, yaitu tim *graphic design*, tim *social media*, dan tim akademik. Koordinasi dengan tim *graphic design* dilakukan dalam proses pembuatan poster, sertifikat, dan *e-voucher*. Tim *event* akan menyusun sebuah *brief* yang memuat informasi penting terkait penyelenggaraan *event*, yang kemudian dikirimkan kepada tim *graphic design* sebagai acuan dalam pembuatan poster. Kemudian, koordinasi dengan tim *social media* dilakukan dalam kegiatan promosi *event* di Instagram Purwadhika. Tim *event* akan memberikan informasi terkait detail acara yang akan diselenggarakan, termasuk poster, tanggal pelaksanaan, topik, dan narasumber. Informasi ini akan digunakan oleh tim *social media* untuk menyusun strategi konten, membuat materi promosi, serta menjadwalkan publikasi konten. Selain itu, koordinasi juga dilakukan dengan tim akademik Purwadhika, khususnya dalam menyediakan narasumber internal (*lecturer* Purwadhika) pada kegiatan *free event*. Koordinasi lintas tim ini dilakukan untuk memastikan seluruh aspek pendukung dalam penyelenggaraan event dapat dipersiapkan secara optimal.



3.2.1 Tugas Kerja Magang

Pekerjaan yang menjadi tugas utama sebagai *Event Producer Intern* selama aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Tugas Utama Event Producer

| | |
|-----------------------|--|
| Pre-Event | Proses persiapan acara termasuk riset untuk menentukan topik dan materi, penyusunan ToR, pembuatan materi promosi, publikasi acara, promosi <i>event</i> dan mendata peserta |
| During Event | Melaksanakan acara yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan memastikan acara berjalan dengan lancar dengan menjadi MC ataupun Operator |
| Post-Event | Mengevaluasi keberhasilan acara melalui <i>feedback form</i> , serta membagikan materi, rekaman, sertifikat dan <i>e-voucher</i> kepada peserta |
| Tugas Tambahan | Membantu pelaksanaan <i>event offline Design Affair</i> dengan mencari dan berkoordinasi dengan vendor makanan, mengundang mahasiswa jurusan DKV dari berbagai kampus dan menjadi staf registrasi pada hari pelaksanaan acara. |

Selama proses kerja magang, terdapat kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam proses perancangan acara berbentuk *webinar* dan *workshop* yang mencakup berbagai bidang keahlian. Secara keseluruhan, telah berkontribusi dalam perancangan 9 *event workshop* dan 11 *event webinar* selama periode magang. Keterlibatan ini mencakup penyusunan topik serta perancangan silabus materi yang akan disampaikan kepada peserta. Beberapa bidang yang menjadi fokus meliputi *Digital Marketing, Visual & UI/UX Design, Fullstack Web Development, Data Science, Business & Data Analyst*, serta *Product Management*. Melalui pengalaman tersebut, diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai alur penyelenggaraan *event* edukatif, sekaligus memperluas wawasan terkait perkembangan industri digital dan kebutuhan keterampilan yang relevan di dunia kerja saat ini.

Selain terlibat dalam penyelenggaraan *event online*, terdapat keterlibatan dalam pelaksanaan *event offline Design Affair*, yakni acara peluncuran program

School of Design yang diselenggarakan di Purwadhika Jakarta. Acara ini terdiri atas tiga rangkaian utama, yaitu *panel talk* yang menghadirkan perwakilan dari Thinking Room, Antikode, Agate Academy, ADGI dan LMN FX, kemudian terdapat *exhibition* dari hasil karya *student* Purwadhika serta sesi *networking* di akhir acara. Dalam kegiatan tersebut, tanggung jawab yang dijalankan meliputi pencarian dan pengundangan mahasiswa dari jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) dari berbagai kampus untuk hadir sebagai tamu undangan VIP serta pencarian vendor makanan ringan untuk konsumsi acara. Pada hari pelaksanaan acara, terdapat keterlibatan sebagai bagian dari tim registrasi dan bertugas memastikan proses penerimaan tamu berjalan dengan lancar.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

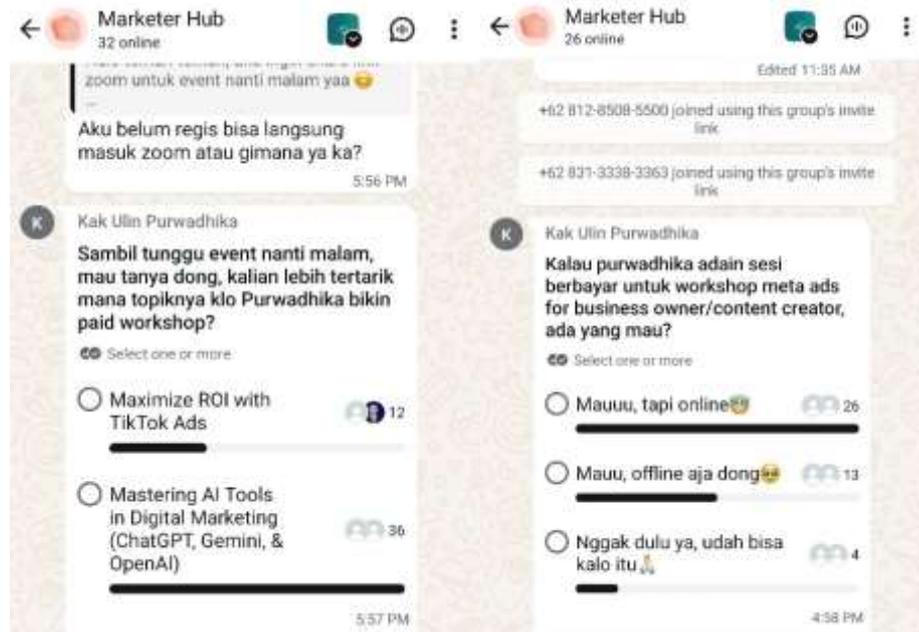
Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Event Producer Intern* dalam aktivitas kerja magang sesuai dengan lima tahapan utama dalam manajemen *event* menurut Joe Goldblatt adalah sebagai berikut:

3.2.2.1 Pre-Event

Proses pra-acara terdiri dari beberapa langkah sebagai berikut:

1) Melakukan Riset (*Research*):

Tahapan riset penting untuk dilakukan pertama kali untuk mengurangi risiko kegagalan dalam pelaksanaan *event* serta berguna untuk mengetahui kebutuhan dan harapan peserta (Goldblatt, 2014). Dalam praktiknya, tim *event* secara rutin memanfaatkan fitur *polling* yang tersedia di grup komunitas Purwadhika Digital Hub sebagai sarana untuk melakukan riset secara langsung kepada anggota komunitas. Melalui *polling* ini, tim *event* dapat mengidentifikasi topik yang sedang diminati, tren yang sedang berkembang dan kebutuhan edukasi yang relevan bagi target audiens. Gambar 3.2 merupakan salah satu contoh riset yang dilakukan tim *event* sebelum merancang suatu *event webinar* dan *workshop*.



Gambar 3. 2 Riset Ketertarikan Audiens Menggunakan *Polling*

Menurut Goldblatt (2014), tahapan riset juga dapat dilakukan dengan pendekatan 5W (*Who, What, Why, When, Where*), sebagai berikut:

- a) *Who*: Target peserta acara ditentukan terlebih dahulu, apakah ditujukan bagi tingkat pemula (*entry level*), menengah (*mid-level*), atau tingkat lanjutan (*senior level*).
- b) *What*: Kebutuhan peserta dianalisis dengan cara menelusuri materi yang sedang diminati serta kedalaman pembahasan yang diharapkan. Hal ini dilakukan untuk memastikan materi yang disusun sesuai dengan ekspektasi target audiens.
- c) *Why*: *Webinar* atau *workshop* dirancang sebagai sarana edukatif untuk meningkatkan pemahaman peserta terhadap topik tertentu yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini.
- d) *When*: Penentuan waktu pelaksanaan dilakukan dengan mempertimbangkan ketersediaan pembicara dan kesiapan peserta, agar acara dapat berlangsung secara optimal.

- e) *Where*: Seluruh kegiatan *webinar* dan *workshop* dilaksanakan secara daring melalui platform Zoom, sehingga dapat diakses oleh peserta dari berbagai lokasi.

Setelah melakukan analisa 5W, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT untuk setiap *event* yang direncanakan. Analisis ini mencakup empat hal yaitu *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. *Strengths* merujuk pada kekuatan internal yang dimiliki perusahaan yang menjadi nilai tambah dalam pelaksanaan acara. Sementara *Weaknesses* mengacu pada kelemahan internal yang berpotensi menghambat kelancaran acara. Dari sisi eksternal, *Opportunities* merupakan peluang atau kondisi yang menguntungkan dan dapat dimanfaatkan untuk mendukung keberhasilan acara. Sementara itu, *Threats* adalah ancaman eksternal yang dapat menimbulkan hambatan. Melalui analisis SWOT, kekuatan dan peluang dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan kelayakan (*feasibility*) acara (Van der Wagen & Carlos, 2005). Di sisi lain, kelemahan dan ancaman bisa diantisipasi dengan menyusun strategi cadangan untuk meminimalkan risiko yang mungkin terjadi.

2) Brainstorming Topik dan Materi Pembahasan (*Design*):

Tahapan *Design* merupakan tahapan yang penting karena dalam perancangan sebuah *event* memerlukan kreativitas yang luar biasa (Goldblatt, 2014). Tahapan ini mencakup proses *brainstorming* terhadap berbagai elemen penting dalam sebuah *event*. Hasil dari *brainstorming* akan membentuk gambaran menyeluruh mengenai konsep acara yang akan dilaksanakan. Pada tahap ini, dilakukan eksplorasi ide untuk menentukan topik, judul dan materi pembahasan dan pembicara. Meskipun topik utama biasanya telah ditentukan oleh *supervisor*, pengembangan ide lebih lanjut tetap dilakukan untuk menghasilkan beberapa opsi judul yang menarik dan relevan. Materi pembahasan disusun secara mendalam berdasarkan kebutuhan peserta, dilengkapi dengan pembuatan silabus atau garis besar materi yang akan dipelajari. Selain itu, pencarian calon pembicara dilakukan melalui platform

profesional seperti LinkedIn dengan mempertimbangkan latar belakang, pengalaman, serta keahlian yang sesuai dengan topik *event*. Dalam proses *brainstorming*, tim *event* mencari referensi dengan meninjau berbagai *workshop* dan *webinar* yang pernah diselenggarakan oleh kompetitor dan membaca berbagai artikel untuk mendapatkan inspirasi dan mengetahui tren industri terkini.

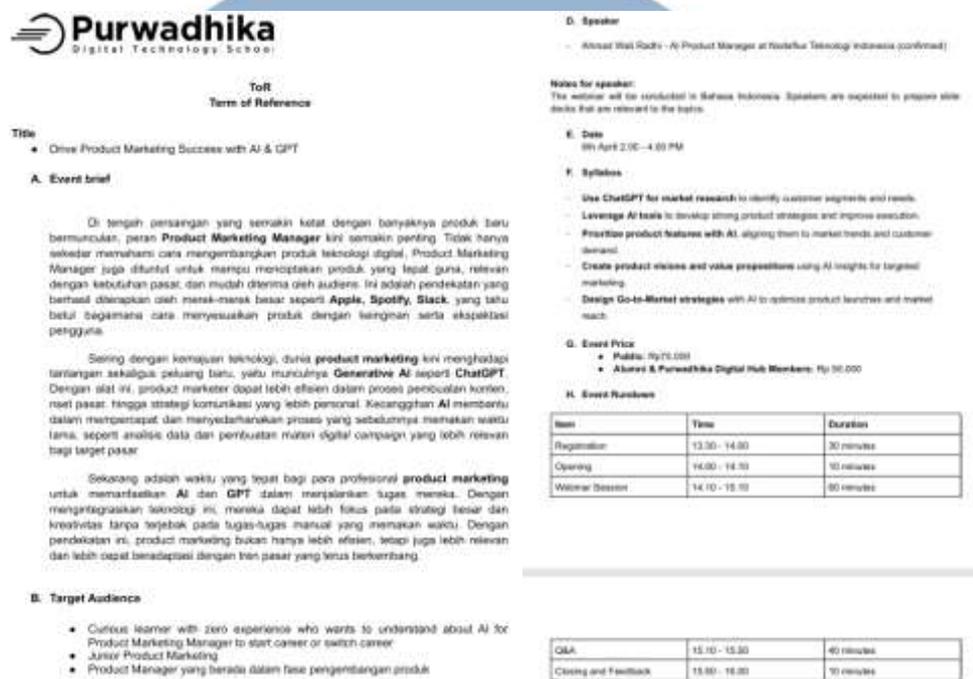
3) Merencanakan Waktu Persiapan *Event* (Planning):

Menurut Goldblatt (2014), terdapat tiga unsur dalam tahapan perencanaan yaitu, waktu (*time*), tempat (*space*) dan irama (*tempo*). Aspek waktu mengacu pada jumlah waktu yang tersedia untuk merencanakan dan menjalankan acara. Dalam hal ini, tim *event* di Purwadhika selalu merencanakan sebuah acara sejak satu bulan sebelum pelaksanaan *event* agar seluruh persiapan berjalan dengan matang dan sistematis. Unsur tempat (*space*) berkaitan dengan lokasi penyelenggaraan acara. Seluruh *event workshop* dan *webinar* Purwadhika selalu dilakukan secara online melalui platform Zoom, menyesuaikan dengan formatnya yang berbasis digital. Sementara itu, unsur irama (*tempo*) merujuk pada ritme atau kecepatan alur kerja, seberapa cepat atau lambat setiap penyelesaian tugas dalam persiapan acara.

4) Penyusunan Dokumen *Terms of References* (ToR):

Setelah topik, waktu dan tempat dirumuskan secara matang, keterlibatan juga dilakukan dalam penyusunan dokumen *Terms of Reference* (ToR) sebagai acuan pelaksanaan *event*. Dokumen ini berfungsi untuk memberikan gambaran menyeluruh kepada pembicara mengenai rencana kegiatan yang akan dilaksanakan. Dalam proses penyusunannya, informasi penting dirangkum, meliputi ringkasan acara (*event brief*), segmentasi dan target audiens, tanggal pelaksanaan, silabus atau garis besar materi, serta susunan acara (*rundown*). Dokumen ToR tersebut kemudian dikirimkan kepada pembicara sebagai panduan dalam mempersiapkan materi agar sesuai dengan kebutuhan dan tujuan *event*. Gambar 3.3 merupakan salah satu contoh dokumen *Terms of*

Reference (ToR) yang disusun sebagai bagian dari proses perencanaan kegiatan.



Gambar 3. 3 Terms of References Event

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

5) Pembuatan Brief Desain Poster Event untuk Website, Feed & Stories Instagram:

Keterlibatan juga dilakukan dalam pembuatan brief desain materi promosi untuk keperluan publikasi *event* di berbagai platform. Secara khusus, tiga brief desain disusun dan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing media, yaitu untuk Instagram Feed, Instagram Story dan tampilan pada website resmi Purwadhika. *Brief* tersebut kemudian diserahkan kepada tim *graphic design* sebagai acuan dalam proses pembuatan materi promosi visual, agar hasil desain sesuai dengan kebutuhan publikasi di masing-masing media. Gambar 3.4 merupakan salah satu contoh brief desain poster yang disusun menggunakan platform Google Slide.



Tgl upload: 3 March (SORE)

Reference:



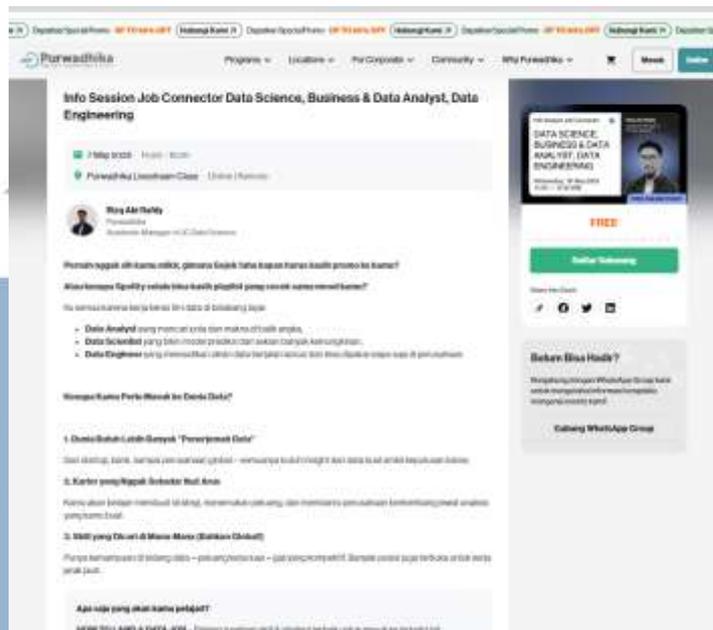
Gambar 3. 4 *Brief Design Poster*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

6) **Mempublikasikan *event* di Website Purwadhika:**

Tugas ini dilakukan dalam mendukung proses publikasi *event* melalui website resmi Purwadhika dengan memanfaatkan akses pada laman admin yang telah disediakan. Dalam pelaksanaannya, poster *event* yang telah dibuat oleh tim *graphic design* diunggah, disertai dengan penulisan deskripsi acara yang informatif dan menarik guna mendorong minat pendaftaran peserta. Deskripsi acara tersebut mencakup gambaran umum mengenai acara, materi yang akan dibahas, profil singkat pembicara, serta informasi teknis seperti tanggal, waktu pelaksanaan, dan biaya pendaftaran apabila *event* bersifat berbayar.

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



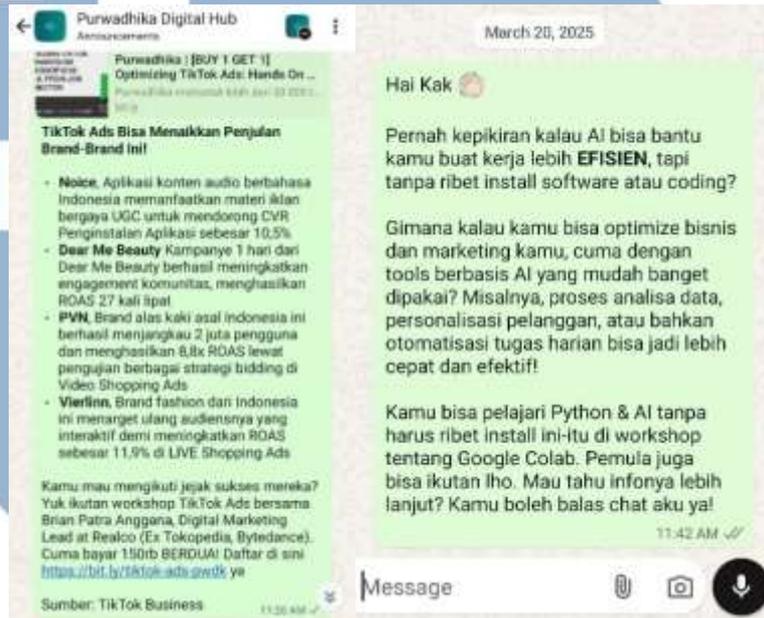
Gambar 3. 5 Publikasi Acara di Website Purwadhika

Gambar 3.5 merupakan salah satu contoh publikasi *event* yang telah diunggah melalui website resmi Purwadhika. Publikasi ini bertujuan untuk menarik minat audiens dan mendorong partisipasi melalui pendaftaran pada laman website.

7) Mempromosikan *Event*:

Keterlibatan juga dilakukan dalam kegiatan promosi *event*, khususnya melalui kanal komunitas Purwadhika Digital Hub dan akun Instagram resmi Purwadhika. Promosi di kanal komunitas dilakukan dengan menyusun *wording* yang menarik dan informatif untuk dibagikan melalui fitur *announcement* di grup komunitas WhatsApp, kemudian dikirimkan ke hub tertentu yang relevan dengan topik *event* yang dipromosikan. Selain itu, pendekatan personal juga dilakukan dengan mengirimkan pesan langsung kepada anggota komunitas yang dinilai berpotensi tertarik mengikuti *event*, guna meningkatkan partisipasi dan *engagement* dari target audiens. Penggunaan Instagram sebagai media promosi juga dilakukan agar informasi terkait *event* dapat tersebar luas dan menjangkau audiens yang lebih relevan. Proses promosi melalui Instagram dibantu oleh tim *social media* yang bertugas mengatur strategi konten dan jadwal publikasi. Media

sosial memainkan peran penting dalam promosi sebuah *event*, tidak hanya sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun koneksi, interaksi, dan keterlibatan dengan audiens baik sebelum acara, saat acara berlangsung, maupun setelah acara selesai (Dowson et al., 2022).



Gambar 3. 6 Dokumentasi Promosi *Event*

Gambar 3.6 merupakan salah satu contoh kegiatan promosi yang dilakukan melalui kanal komunitas Purwadhika Digital Hub menggunakan fitur *announcement* di grup WhatsApp komunitas dan melakukan pendekatan personal melalui *private chat* kepada anggota yang relevan dengan topik/materi *event*.

8) Membuat Formulir RSVP di Google Form:

Tanggung jawab juga diberikan dalam pembuatan formulir RSVP menggunakan Google Form yang akan dibagikan kepada peserta *event*. Formulir ini digunakan untuk mengumpulkan data latar belakang peserta, seperti jabatan dan industri tempat bekerja, lama pengalaman kerja, sumber informasi mengenai *event*, serta alasan ketertarikan dalam mengikuti acara. Selain itu, disediakan juga kolom bagi peserta untuk menuliskan pertanyaan yang ingin diajukan pada sesi tanya jawab. Formulir ini tidak hanya

berfungsi sebagai alat pengumpulan data, tetapi juga dimanfaatkan untuk membagikan tautan masuk ke komunitas Purwadhika Digital Hub, tempat link Zoom acara akan dibagikan menjelang waktu pelaksanaan *event*.

Komunitas virtual merupakan bentuk komunitas yang terbentuk melalui interaksi digital dan memungkinkan individu yang memiliki ketertarikan atau kebutuhan serupa untuk saling terhubung, berdiskusi, dan menjalin hubungan sosial meskipun tidak berada dalam lokasi fisik yang sama. Konsep ini diperkenalkan oleh Howard Rheingold (1993) yang menggambarkan komunitas virtual sebagai suatu bentuk pengelompokan sosial yang muncul di internet yang terbentuk ketika sekelompok orang secara berkelanjutan terlibat dalam diskusi publik dan memiliki keterlibatan emosional yang cukup kuat untuk menciptakan hubungan personal di ruang digital.

Salah satu bentuk penerapan konsep ini adalah Purwadhika Digital Hub, sebuah komunitas online yang difasilitasi oleh Purwadhika melalui platform WhatsApp. Komunitas ini dirancang sebagai sarana komunikasi untuk individu yang memiliki ketertarikan di bidang teknologi dan digital. Terdapat tujuh grup utama yang disebut sebagai *Hub*, yaitu *Designer Hub*, *Data Expert Hub*, *Product Manager Hub*, *Coder Hub*, *Marketer Hub*, *AI Hub* dan *Content Creator Hub*. Anggota komunitas dapat memilih grup yang sesuai dengan minat dan keahlian mereka. Di dalam grup tersebut, anggota dapat berinteraksi, berdiskusi dan saling berbagi informasi. Selain berfungsi sebagai ruang diskusi, komunitas ini juga dimanfaatkan oleh tim *event* Purwadhika untuk mempromosikan berbagai kegiatan edukatif, seperti *webinar* dan *workshop* gratis dan berbayar yang dapat mereka ikuti. Gambar 3.7 merupakan salah satu contoh formulir RSVP *event* yang disusun menggunakan Google Form.

The image shows a Google Form with the following sections:

- Section 1:** "Tuliskan nama lengkapmu!" with a text input field labeled "Jawaban Anda".
- Section 2:** "Tulis emailmu untuk mengetahui informasi terbaru tentang Free Event dan ParadeBika" with a text input field labeled "Jawaban Anda".
- Section 3:** "Tulis nomor HP-mu untuk menerima informasi acara ParadeBika!" with a text input field labeled "Jawaban Anda".
- Section 4:** "Bilakah kamu tahu title pekerjaan dan industri/pekerjaanmu? *Etc: Digital Marketing, Finance industry" with a text input field labeled "Jawaban Anda".
- Section 5:** "Berapa lama pengalaman kerja yang kamu miliki?*" with radio button options:
 - Fresh Graduate
 - 1-2 tahun pengalaman kerja
 - 3-5 tahun pengalaman kerja
 - >5 tahun pengalaman kerja
- Section 6:** "Bagaimana kamu mengetahui informasi tentang event ini?*" with radio button options:
 - Instagram ParadeBika
 - WhatsApp ParadeBika
 - WhatsApp Alumni/Graduan ParadeBika
 - WhatsApp Adminisn ParadeBika
 - Lainnya
- Section 7:** "Mengapa kamu ingin mengikuti event ini?*" with radio button options:
 - Ingin mendapatkan pengalaman baru
 - Ingin cari kerja yg dengan brand
 - Ingin menambah pengalaman belajar dengan mentor ParadeBika
 - Ingin memperluas networking
- Section 8:** "Menurut kamu apakah event ini bernilai, berapa harga yang sebenarnya dibayar?*" with radio button options:
 - Kurang dari Rp10.000
 - Rp10.000
 - Rp10.000-Rp1.000.000
 - Lebih dari Rp100.000
- Section 9:** "Apakah kamu bersedia jika, ada yang mau kamu sampaikan di akhir event?*" with a text input field labeled "Jawaban Anda".

At the bottom of the form, there is a purple "KIRI" button and a "Berbagikan Form" link.

Gambar 3. 7 Google Formulir RSVP *Event*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

9) Membuat Rekap Pendaftar *Event* & Menghubungi Peserta secara personal via WhatsApp:

Tanggung jawab lainnya adalah pembuatan rekap data pendaftar *event* menggunakan Google Sheets dengan memasukan informasi peserta, seperti nama lengkap, nomor telepon dan alamat email. Selain itu, peserta juga akan dihubungi melalui WhatsApp untuk mengisi formulir RSVP yang telah dibuat untuk memastikan peserta telah melakukan konfirmasi kehadiran dan memperoleh akses informasi lanjutan terkait *event*. Gambar 3.8 merupakan salah satu contoh rekap data pendaftar *event* yang disusun menggunakan Google Sheets. Rekap ini mencakup informasi seperti nama, nomor dan email peserta yang bermanfaat bagi perusahaan sebagai *database* prospek yang dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan komunikasi dan pemasaran di masa mendatang.

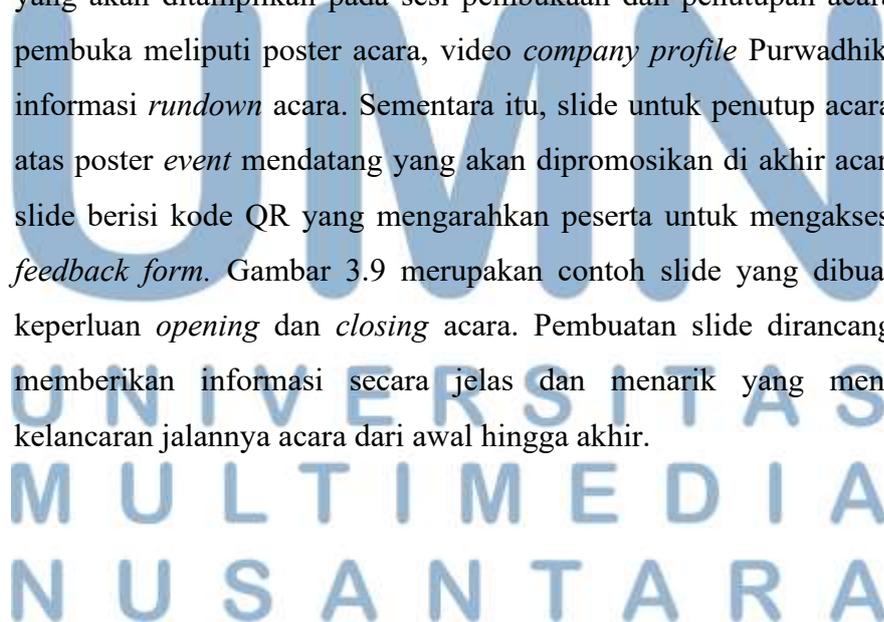
| No | Nama | Email | No HP | Sudah dihubungi |
|----|----------------------------|-------|-------|-------------------------------------|
| 1 | Fadhila Luni Listykirana | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2 | Nova Risanfy | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3 | AHMAD NURKOLIS AMIR SUUID | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 4 | Arjenius Benz Salipadang | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 5 | Muhammad Naja Tri Razaqa | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 6 | Nurchayyo Budutomo | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 7 | Ranti Anggraini | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 8 | Robby Teguh Iskandar | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 9 | Ali Elanshory | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 10 | ANDI RIFKA DARANGENG | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 11 | irene anugerah nggebu | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 12 | Azza Aullya | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 13 | Daniel Avilla | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 14 | elsa augusta | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 15 | Vinsensia K | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 16 | Melanie Soetanto | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 17 | Rastiati Rastiati | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 18 | Syahzanan Haunan Fatharani | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 19 | Mitta Permatasari | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 20 | Floren Vita | | | <input checked="" type="checkbox"/> |

Gambar 3. 8 Google Sheets Rekapan Pendaftar *Event*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

10) Menyusun PPT untuk *Opening* dan *Closing* Acara:

Tanggung jawab juga mencakup dalam penyusunan slide presentasi yang akan ditampilkan pada sesi pembukaan dan penutupan acara. Slide pembuka meliputi poster acara, video *company profile* Purwadhika, serta informasi *rundown* acara. Sementara itu, slide untuk penutup acara terdiri atas poster *event* mendatang yang akan dipromosikan di akhir acara, serta slide berisi kode QR yang mengarahkan peserta untuk mengakses tautan *feedback form*. Gambar 3.9 merupakan contoh slide yang dibuat untuk keperluan *opening* dan *closing* acara. Pembuatan slide dirancang untuk memberikan informasi secara jelas dan menarik yang mendukung kelancaran jalannya acara dari awal hingga akhir.





Gambar 3. 9 Slide Pembuka & Penutup Acara

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

11) Membuat tautan Zoom Event & Membagikannya ke Grup Purwadhika Digital Hub:

Tanggung jawab juga mencakup dalam pembuatan tautan Zoom untuk pelaksanaan *event*. Beberapa jam sebelum acara dimulai, tautan tersebut dibagikan kepada peserta melalui kanal komunitas Purwadhika Digital Hub agar acara dapat diakses dengan mudah dan tepat waktu oleh seluruh peserta.

3.2.2.2 During Event (Coordinating)

1) Menjadi Moderator Event:

Peran sebagai moderator dalam pelaksanaan *webinar* maupun *workshop* dijalankan secara bergantian dengan *supervisor*. Sebagai moderator memiliki tanggung jawab untuk memandu jalannya acara agar berlangsung dengan lancar dan interaktif. Tugas yang dilakukan mencakup membuka acara dengan menyambut peserta, memperkenalkan pembicara secara singkat, serta memberikan gambaran umum mengenai topik yang akan dibahas. Selama sesi tanya jawab, moderator memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan melalui fitur chat maupun secara langsung menggunakan mikrofon, serta memilih pertanyaan yang akan dijawab oleh pembicara. Pada akhir acara, moderator menutup sesi dengan

mengucapkan terima kasih kepada peserta dan pembicara, mengarahkan peserta untuk mengisi *feedback form*, mempromosikan *event* mendatang, dan memandu sesi foto bersama. Peran ini menuntut keterampilan komunikasi yang baik serta kemampuan menjaga alur acara agar tetap sesuai dengan *rundown* yang sudah ditentukan. Gambar 3.10 merupakan salah satu dokumentasi ketika menjalankan peran sebagai moderator dalam *event Maximizing Sales With Meta Ads: A Hands-On Workshop* yang bertanggung jawab memandu jalannya keseluruhan acara.



Gambar 3. 10 Pelaksanaan *Event Workshop*

2) Menjadi Operator Acara:

Ketika peran moderator dijalankan oleh *supervisor*, tanggung jawab sebagai operator Zoom diambil alih untuk mendukung kelancaran teknis selama acara berlangsung. Tugas ini mencakup melakukan *admit* peserta ke dalam ruang Zoom, membagikan tampilan layar (*screen sharing*) untuk menampilkan video *company profile* Purwadhika maupun materi presentasi (PPT), dan mengaktifkan fitur *recording* untuk keperluan dokumentasi acara. Selama sesi penyampaian materi, operator juga bertanggung jawab memantau dan menonaktifkan mikrofon peserta yang tidak sengaja aktif agar fokus peserta tetap terjaga.

Menurut Goldblatt (2014), tahap koordinasi merupakan tahap implementasi dari tahap perencanaan yang sudah dirancang sebelumnya. Koordinasi yang baik antara operator dan modertaor menjadi aspek krusial agar acara berjalan dengan lancar. Komunikasi internal dilakukan secara aktif melalui aplikasi WhatsApp untuk memastikan setiap informasi dan arahan tersampaikan secara cepat dan tepat. Dalam pelaksanaannya, perubahan mendadak kerap terjadi seperti penyesuaian waktu pembukaan acara akibat keterlambatan peserta atau keterlambatan dari pihak narasumber. Setiap perubahan tersebut dikoordinasikan oleh *supervisor* melalui pesan WhatsApp dengan instruksi yang jelas, sehingga penyesuaian dapat dilakukan secara efektif tanpa mengganggu keseluruhan jalannya acara.

Selain koordinasi internal, *supervisor* juga menjalin komunikasi eksternal secara langsung dengan narasumber melalui aplikasi WhatsApp untuk memastikan kesiapan pembicara serta kesesuaian pelaksanaan acara dengan *rundown* yang telah disusun. Proses ini mencerminkan tahapan Coordinating dalam *Event Management and Planning Process* menurut Goldblatt (2014), yang menekankan pentingnya penyatuan seluruh pihak/*stakeholders* yang terlibat, baik internal maupun eksternal, demi tercapainya keberhasilan pelaksanaan *event*. Hoyle (2002) menjelaskan bahwa *stakeholders* untuk suatu acara bisa diartikan sebagai seluruh pihak yang memiliki kepentingan pribadi dan kuat terhadap keberhasilan suatu acara.

3.2.2.3 Post-Event

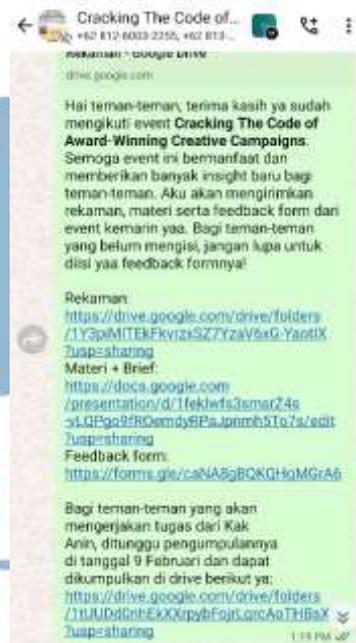
1) Mempersiapkan Rekaman Zoom dan Materi untuk Dikirimkan kepada Peserta:

Setelah *event* selesai dilaksanakan, tanggung jawab diberikan untuk mengelola dokumentasi dan materi acara. Rekaman Zoom diunduh dan materi presentasi (PPT) yang telah disampaikan oleh

pembicara dikumpulkan. Seluruh file tersebut kemudian diunggah ke dalam folder Google Drive yang telah disiapkan untuk nantinya dibagikan kepada peserta.

2) Mengirimkan Tautan Folder Drive dan *Feedback Form* kepada Peserta:

Setelah seluruh rekaman Zoom dan materi presentasi (PPT) terkumpul dan diunggah ke dalam folder Google Drive, tautan folder tersebut dibagikan kepada peserta melalui grup Purwadhika Digital Hub. Langkah ini bertujuan agar peserta dapat mengakses kembali materi yang telah disampaikan selama acara, serta memperkuat manfaat edukatif dari *event* yang telah diikuti. Selain itu, tautan feedback form juga dikirimkan ulang sebagai bagian dari proses evaluasi pasca-acara, disertai dengan pengingat kepada peserta yang belum sempat mengisinya saat acara berlangsung. Gambar 3.11 merupakan salah satu dokumentasi chat pengiriman tautan rekaman, materi dan feedback form setelah acara selesai.



Gambar 3. 11 Dokumentasi *Chat* Pengiriman Google Drive & *Feedback Form*

3) Membuat *Brief Desain Sertifikat untuk Peserta dan Pembicara (Event Berbayar)*:

Untuk *event* yang bersifat berbayar, brief desain sertifikat disusun sebagai bentuk apresiasi atas partisipasi peserta dan pembicara. Brief ini kemudian diserahkan kepada tim *graphic design* untuk diproses lebih lanjut menjadi sertifikat digital yang sesuai dengan identitas visual acara. Sertifikat ini berfungsi sebagai bukti keikutsertaan sekaligus bentuk penghargaan atas kontribusi dalam *event* yang telah diselenggarakan. Gambar 3.12 merupakan salah satu contoh *brief* desain sertifikat untuk peserta yang disusun menggunakan Google Slide. Brief ini ditujukan untuk keperluan pembuatan sertifikat digital pada *event* berbayar.



Gambar 3. 12 *Brief Design* Sertifikat
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

4) Membuat *Brief Desain E-voucher untuk Peserta*:

Brief desain e-voucher disusun sebagai bentuk *benefit* tambahan yang diberikan kepada peserta setelah mengikuti *event*. *E-voucher* ini dapat digunakan untuk mendaftar program kelas di Purwadhika sesuai dengan kode unik yang tertera pada *voucher*. Brief desain yang disusun mencakup informasi penting seperti nominal *voucher*, ketentuan penggunaan, kode unik, dan masa berlaku. Setelah disusun, brief

tersebut diserahkan kepada tim *graphic design* untuk diproses menjadi *e-voucher* digital yang siap dibagikan kepada peserta.



Gambar 3. 13 *Brief Design E-Voucher*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Gambar 3.13 merupakan salah satu contoh *brief* desain *e-voucher* yang disusun menggunakan Google Slide. *E-voucher* ini dibuat sebagai bentuk apresiasi dan insentif bagi peserta *event workshop AI & Data Science in Practice: A Hands-on Session*.

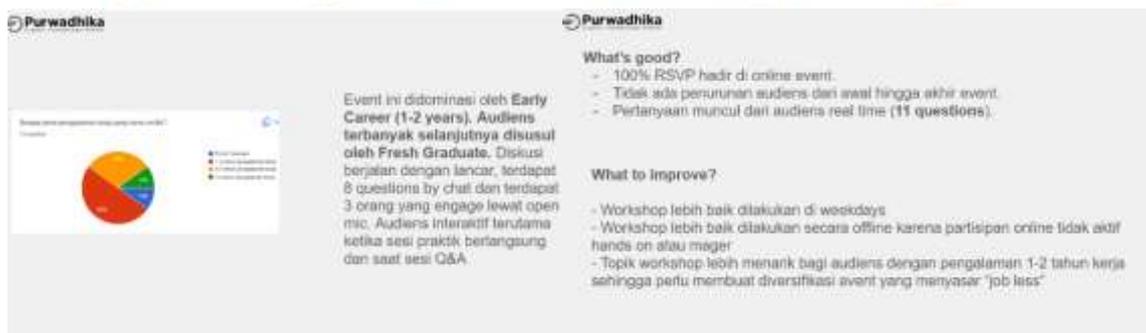
5) Mengirimkan Sertifikat dan *E-Voucher* kepada Peserta dan Pembicara:

Setelah sertifikat dan *e-voucher* selesai didesain oleh tim *graphic design*, proses distribusi kepada peserta dan pembicara dilakukan melalui email. Pemberian *e-voucher* senilai Rp1.000.000 kepada peserta merupakan bagian dari aktivitas *pasca-event* yang sejalan dengan konsep *Customer Relationship Management (CRM)*. Menurut Kotler (2012), CRM mendukung perusahaan dalam menyediakan layanan secara *real-time* dan menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemanfaatan informasi tentang pelanggan. Melalui pendekatan ini, Purwadhika tidak hanya menjaga hubungan baik dengan peserta, tetapi

juga menciptakan peluang untuk meningkatkan retensi pelanggan, mendorong pembelian kelas *Job Connector*, serta membangun loyalitas melalui pengalaman positif yang berkelanjutan.

6) Melakukan Evaluasi *Event* (*Evaluation*):

Evaluasi acara dilakukan dengan menganalisis data dari *feedback form* yang telah diisi oleh peserta melalui Google Form. Setelah seluruh data terkumpul, analisis dilakukan untuk mengidentifikasi kelebihan, kekurangan, serta masukan yang dapat dijadikan acuan perbaikan di *event* selanjutnya. Hasil evaluasi kemudian disusun dalam bentuk laporan yang digunakan sebagai bahan presentasi kepada *Chief Marketing Officer* (CMO) pada saat rapat internal. Penyusunan laporan ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai pelaksanaan acara berdasarkan perspektif peserta. Gambar 3.14 merupakan salah satu hasil evaluasi dari *feedback form* yang diisi oleh peserta *event Maximizing Sales With Meta Ads: A Hands-On Workshop*. Evaluasi ini memuat sejumlah hal-hal positif terkait penyelenggaraan acara serta beberapa aspek yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan untuk *event* selanjutnya.



Gambar 3. 14 Hasil Evaluasi Pelaksanaan Acara

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Tahap evaluasi ini merupakan tahap terakhir dari pelaksanaan sebuah acara dan sejalan dengan tahapan *Evaluation Event Management and Planning Process* menurut Goldblatt (2014). Evaluasi dapat

dilakukan melalui survei peserta untuk mengetahui tingkat kepuasan, mengukur efektivitas pelaksanaan acara dan menilai keberhasilan acara secara keseluruhan. Getz (1997) menjelaskan bahwa evaluasi acara dilakukan untuk beberapa tujuan, seperti menentukan nilai atau manfaat dari acara, mengukur keberhasilan atau kegagalan acara, serta mengidentifikasi dan mengukur dampak acara. Hasil evaluasi ini dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk pelaksanaan *webinar* atau *workshop* berikutnya agar lebih sesuai dengan ekspektasi peserta dan memungkinkan adanya peningkatan pada acara mendatang.

Selain terlibat dalam penyelenggaraan *event online*, terdapat tugas tambahan membantu dalam pelaksanaan *event offline* bernama *Design Affair*. Acara ini merupakan peluncuran program baru bernama *School of Design* yang sekaligus mengeksplorasi arah perkembangan dunia desain di masa depan. *Design Affair* terdiri atas tiga rangkaian acara utama, yaitu *Panel Talk*, *Exhibition* dan sesi *Networking*. Sesi *Panel Talk* menghadirkan tiga diskusi panel yang mengangkat topik seputar *Graphic Design*, *UI/UX Design*, dan *3D Animation*. Pembahasan ini berfokus pada tren, teknologi dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menghadapi tantangan industri desain di masa depan. Selain itu, sesi ini juga menggali perspektif dari berbagai pelaku industri, seperti studio kreatif, asosiasi desain, dan agensi kreatif multinasional, mengenai peran mereka dalam mendorong kreativitas serta strategi beradaptasi terhadap perkembangan era digital. Pada sesi *Exhibition*, dipamerkan berbagai hasil proyek dari *student* Purwadhika serta karya dari perusahaan mitra. *Event Design Affair* dirancang oleh Tim Akademik *Visual & UI/UX Design* dengan dibantu sebagian oleh Tim *Event*. Gambar 3.15 merupakan dokumentasi pelaksanaan *event Design Affair* di Purwadhika Jakarta.



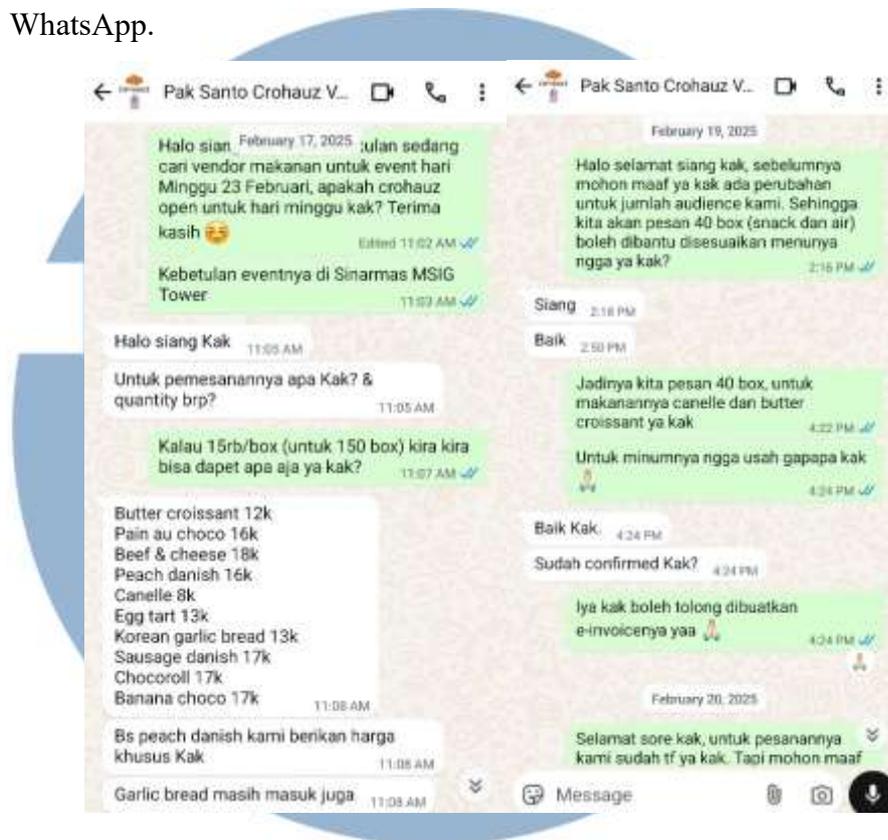
Gambar 3. 15 Dokumentasi Acara *Design Affair*

Adapun tugas tambahan yang dilakukan dalam mendukung *event Design Affair* meliputi:

1) Koordinasi dengan Vendor Makanan

Sebagai bagian dari kebutuhan acara, disiapkan makanan ringan berupa kue untuk para pembicara dalam sesi *Panel Talk* serta perwakilan dari perusahaan mitra. Tugas yang dilaksanakan mencakup proses pencarian vendor, melakukan komunikasi, dan memastikan pemesanan sesuai dengan kebutuhan acara. Setelah mencari beberapa vendor kue di sekitar Jakarta, diputuskan untuk bekerja sama dengan Crohauz berdasarkan rekomendasi dari Tim *Community Development* yang sebelumnya telah menggunakan vendor tersebut pada beberapa *event offline* di Jakarta. Setelah memperoleh kontak vendor, dilakukan permintaan daftar harga (*pricelist*) yang kemudian disampaikan kepada *supervisor* untuk pertimbangan lebih lanjut. Atas persetujuan *supervisor* dan tim Akademik *Visual & UI/UX Design*, diputuskan melakukan pemesanan sebanyak 40 box makanan ringan berisi canele dan butter croissant. Proses komunikasi dengan pihak Crohauz dilakukan secara langsung hingga hari pelaksanaan acara untuk memastikan pengiriman berjalan lancar dan tepat waktu.

Gambar 3.16 merupakan dokumentasi chat dengan vendor Crohauz melalui WhatsApp.

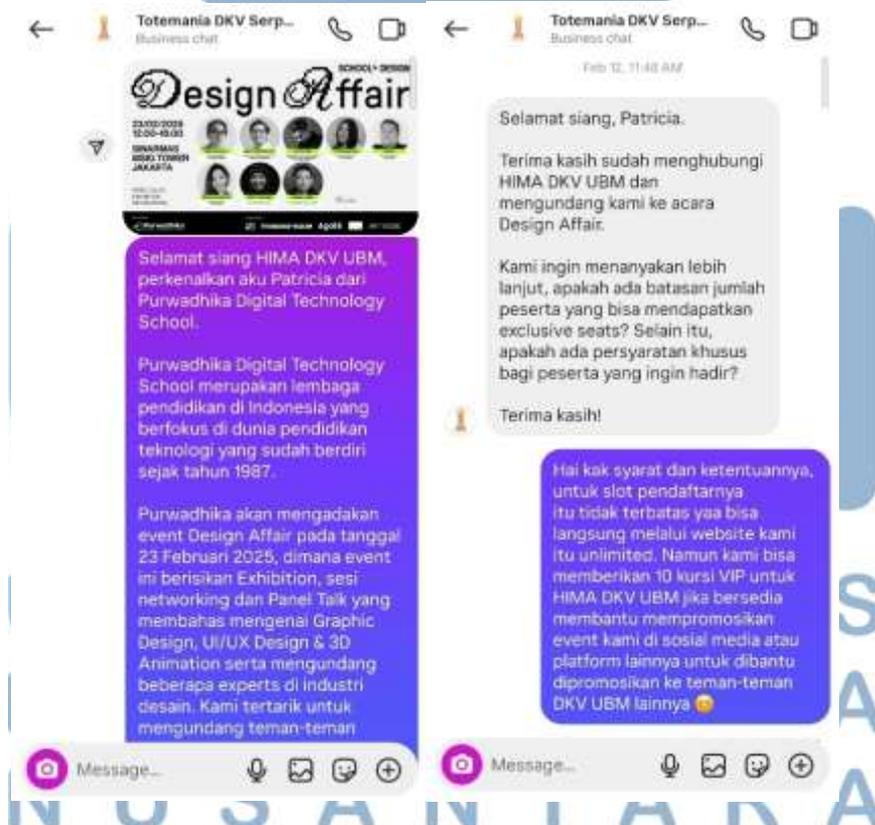


Gambar 3. 16 Dokumentasi Chat dengan Crohauz

2) Mengundang Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) dari Berbagai Kampus

Salah satu target audiens dari *event Design Affair* adalah mahasiswa yang memiliki minat pada dunia desain, khususnya mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV). *Event* ini dinilai relevan karena memberikan wawasan langsung dari para praktisi di industri kreatif mengenai perkembangan tren dan keterampilan yang dibutuhkan di bidang desain. Sebagai bagian dari strategi untuk memperluas audiens, dilakukan upaya untuk mengundang mahasiswa DKV dari berbagai universitas di wilayah Jakarta dan Tangerang. Proses ini dilakukan dengan menghubungi 14 Himpunan Mahasiswa DKV dari berbagai universitas melalui akun instagram resmi mereka.

Dari total 14 himpunan yang dihubungi, sebanyak 5 himpunan menyatakan ketersediannya untuk hadir, yaitu Himpunan Mahasiswa DKV dari Universitas Pelita Harapan (UPH), Universitas Indraprasta (UNINDRA), Universitas Bunda Mulia Serpong (UBM), President University dan Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Secara keseluruhan, terdapat 29 perwakilan mahasiswa yang hadir dan mendapatkan status sebagai tamu undangan VIP yang akan mendapatkan kursi selama acara. Namun, untuk mendapatkan kursi tersebut masing-masing himpunan diwajibkan memenuhi beberapa ketentuan seperti mempublikasikan poster *event* di Instagram Story akun resmi himpunan, membagikan informasi acara ke kounitas DKV yang memiliki minimal 500 anggota, dan setiap perwakilan yang hadir wajib mempublikasikan undangan digital melalui Instagram story akun pribadi. Gambar 3.17 merupakan dokumentasi *chat* dengan Himpunan Mahasiswa DKV Universitas Bunda Mulia Serpong melalui Instagram.



Gambar 3. 17 Dokumentasi *Chat* dengan Himpunan DKV UBM Serpong

3) Berperan sebagai Staff Registrasi di Hari Pelaksanaan

Pada hari pelaksanaan acara, tugas yang dijalankan adalah sebagai staf registrasi. Tanggung jawab utama dalam peran ini mencakup proses *check-in* peserta berdasarkan data pendaftar yang telah dikumpulkan dari website Purwadhika. Proses ini mencakup verifikasi kehadiran peserta umum, *student*, alumni Purwadhika maupun tamu undangan VIP. Setiap peserta yang hadir dicocokkan dengan daftar peserta yang ada di google sheets sebelum peserta masuk ke dalam *venue*. Pencatatan kehadiran peserta berguna untuk kepentingan evaluasi acara, sebagai acuan dalam mengukur tingkat partisipasi acara.

3.2.3 Kendala Utama

Adapun kendala utama dalam proses kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Minimnya pengetahuan di luar bidang *digital marketing*. Keterbatasan pengetahuan ini menjadi kendala pada saat menentukan topik dan menyusun silabus materi untuk *webinar* atau *workshop* yang berfokus pada bidang di luar *digital marketing*, seperti *Visual & UI/UX Design*, *Fullstack Web Development*, *Data Science*, *Business & Data Analyst*, serta *Product Management*. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pemahaman terhadap bidang-bidang tersebut sehingga diperlukan riset tambahan untuk menyesuaikan materi dengan kebutuhan audiens serta tren industri terkini.
2. Strategi promosi *event* masih terbatas pada kanal media organik seperti *website* Purwadhika, grup WhatsApp Komunitas Purwadhika Digital Hub dan akun Instagram Purwadhika. Selain itu, pendekatan promosi yang diterapkan cenderung bersifat *hard selling* tanpa membangun ketertarikan audiens terlebih dahulu. Strategi ini kurang efektif terutama dalam menarik perhatian audiens baru diluar komunitas internal. Minimnya variasi dalam kanal promosi dan pendekatan komunikasi yang kurang relevan berdampak pada rendahnya jumlah pendaftar *event*, khususnya untuk *event* berbayar.

3.2.4 Solusi

Solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis tren industri dan topik yang sedang diminati oleh audiens melalui observasi pada *event* serupa yang diselenggarakan oleh kompetitor. Hasil analisis tersebut dijadikan referensi dalam menyusun topik dan silabus materi *webinar* atau *workshop*. Selain itu, solusi lainnya adalah dengan berkoordinasi dengan tim akademik Purwadhika yang memiliki keahlian dan pengalaman di bidang terkait. Tim akademik turut memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan materi, agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan minat peserta.
2. Mengubah strategi promosi media sosial dari pendekatan *hard selling* menjadi *soft selling*, dengan cara menyajikan konten yang membahas materi *webinar* atau *workshop* secara ringan dan dikaitkan dengan tren atau permasalahan yang relevan dengan kebutuhan audiens. Pendekatan ini dapat membangun ketertarikan secara alami tanpa terkesan memaksa, sehingga membangun ketertarikan serta kebutuhan audiens terhadap materi yang ditawarkan. Selain itu, frekuensi unggahan juga ditingkatkan agar promosi *event* lebih konsisten dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas.

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA