

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pelaksanaan kegiatan *event management* pada berbagai institusi dan organisasi saat ini sudah semakin berkembang. Salah satu pemicunya adalah adanya berbagai program kolaborasi atau kegiatan yang diadakan untuk memperkuat keterlibatan audiens. Dalam konteks tersebut, kegiatan seperti *brand activation* kerap dimanfaatkan sebagai latar belakang karena mampu menciptakan interaksi langsung antara merek atau institusi dengan audiens untuk meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) (Markplus Institute, 2023).

Salah satu tren dalam kegiatan seperti ini adalah *interactive experiences*, di mana audiens diajak terlibat secara aktif dan menciptakan pengalaman yang berkesan. Untuk dapat melaksanakan *interactive experiences* yang baik, diperlukan perencanaan yang matang dalam kerangka *event management* serta dukungan perkembangan teknologi dan media sosial yang memadai agar pengalaman yang dihadirkan terasa personal dan efektif. Contoh kegiatan yang sering digunakan antara lain *workshop online* melalui aplikasi ZOOM, *edu fair*, hingga kompetisi yang dirancang untuk menarik partisipasi audiens (Pearce, 2024).

Institusi pendidikan di Indonesia pun turut memerlukan kegiatan serupa sebagai bukti bahwa mereka mampu beradaptasi dengan tren yang diminati masyarakat. Sektor pendidikan di Indonesia telah menunjukkan perkembangan signifikan seiring dengan perubahan kurikulum, adopsi teknologi digital, dan peningkatan investasi infrastruktur pendidikan. Salah satu peluang besar dalam perkembangan ini adalah penerapan kurikulum merdeka yang menawarkan fleksibilitas pembelajaran, baik bagi siswa sekolah maupun mahasiswa di perguruan tinggi. Dengan adanya cara pembelajaran yang baru, masyarakat Indonesia semakin selektif dalam mencari institusi pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Berdasarkan data, institusi pendidikan tinggi di Indonesia diperkirakan mencapai nilai transaksi hingga Rp 1.207 triliun pada tahun 2017 (Santika, 2023).

Angka nilai transaksi yang tinggi ini didominasi oleh Perguruan Tinggi Swasta (PTS), dengan lebih dari 4.500 institusi, dibandingkan dengan sekitar 125 Perguruan Tinggi Negeri (PTN) (Goodstats, 2024). Meski pertumbuhannya besar, tantangan tetap ada, termasuk rendahnya tingkat partisipasi pendidikan tinggi di masyarakat yang hanya mencapai 32% (Badan Pusat Statistika Indonesia, 2024).

Dalam menghadapi tantangan ini, perguruan tinggi perlu mengadopsi pendekatan yang lebih inovatif melalui *event management*. *Event management* menjadi proses strategis dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi acara yang dapat membangun citra positif, kepercayaan, dan daya tarik di benak audiens. Dengan perencanaan dan pelaksanaan acara yang efektif, *exposure* dan *awareness* terhadap institusi dapat ditingkatkan. Kegiatan kolaborasi yang bersifat interaktif—yang dalam konteks tertentu disebut juga sebagai bagian dari *brand activation*—dapat menjadi sarana untuk memperkuat hubungan dengan audiens sekaligus meningkatkan kesadaran mereka (Kotler & Keller, 2016).

Penulis memilih Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP) sebagai tempat magang karena reputasinya sebagai institusi yang dinamis dan berorientasi pada praktik. Biro Relasi dan Kolaborasi dipilih karena menawarkan pengalaman langsung dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan berbasis *event management*. Pengalaman ini memberikan wawasan tentang bagaimana strategi kolaborasi dan interaksi langsung dengan audiens dapat membantu memperkenalkan MNP kepada calon mahasiswa secara lebih efektif dan menarik.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari magang ini adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Biro Relasi dan Kolaborasi di institusi politeknik. Secara rinci aktivitas magang ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan pemahaman mengenai *event management* dalam aktivitas kolaborasi.
2. Menumbuhkan rasa tanggung jawab dan profesionalisme dalam bekerja secara kolaboratif dengan tim dan mitra eksternal di lingkungan profesional.

3. Mengembangkan keterampilan komunikasi, koordinasi, dan manajemen waktu melalui keterlibatan dalam kegiatan acara yang berlandaskan konsep *event management*.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas kerja magang sebagai *Event Management Intern*, berlangsung dari tanggal 12 Maret 2024 hingga 16 Agustus 2024 dengan minimal persyaratan dari Program Studi adalah 640 jam kerja (8 jam bekerja/hari). Kerja magang dilakukan secara tatap muka atau *Work From Office* (WFO) di Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP), Jl. Jenderal Gatot Subroto No.Kav.1, Gading Serpong, Kabupaten Tangerang, Banten. Berikut rincian mengenai kebijakan jadwal kerja yang ditetapkan oleh MNP adalah sebagai berikut.

Hari : Senin - Jumat

Jam : 08.00 – 17.00 WIB

Sistem Kerja : *Work From Office* (WFO)

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- A. Proses Administrasi Kampus Universitas Multimedia Nusantara (UMN)
 - 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi UMN secara *offline*.
 - 2) Melakukan KRS *Internship Track* I dengan syarat telah menempuh minimal 90 SKS.
 - 3) Mengajukan KM-01 melalui formulir dengan memberikan informasi mengenai perusahaan dan *job desk* posisi magang untuk diperiksa kesesuaiannya dengan persyaratan program studi Ilmu Komunikasi.
 - 4) Mendapatkan persetujuan dari program studi dengan KM-02, yang merupakan surat pengantar magang.
 - 5) Mengunduh formulir KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses penyusunan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Magang

- 1) Penulis melakukan pendaftaran untuk posisi *Relations & Collaborations Intern* atau *Event Management Intern* melalui email kepada pihak HR Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP) pada tanggal 22 Februari 2024.
- 2) Pada tanggal 28 Februari 2024 mengisi formulir KM-01 untuk mengajukan tempat magang yang dituju yaitu Multimedia Nusantara Polytechnic.
- 3) Penulis melakukan *interview user* MNP pada tanggal 29 Februari 2024.
- 4) Pada tanggal 1 Maret 2024 formulir KM-01 diterima dan diberikan KM-02 (Surat Pengantar Magang), penulis dinyatakan diterima untuk melakukan praktik magang oleh pihak MNP melalui *personal chat* WhatsApp pada tanggal 4 Maret 2024.
- 5) Setelah mendapatkan surat penerimaan magang dari pihak MNP pada tanggal 8 Maret 2024 yang ditandatangani oleh Wakil Direktur Ibu Dessy Novita Lengkey yang langsung penulis *submit* pada laman merdeka.umn.ac.id.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dilaksanakan dengan posisi pada Biro Relasi dan Kolaborasi.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Relations and Collaborations Manager* Caroline F. Sunarko selaku Supervisi Lapangan.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Penyusunan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dosen Pembimbing secara *offline* maupun *online* melalui ZOOM.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi. Setelah penyusunan laporan pelaksanaan praktik kerja magang telah selesai dan telah disetujui, laporan diajukan ke proses sidang.