BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada praktik kerja magang sebagai *event management Intern*, penulis disupervisi langsung oleh Kepala Biro Relasi dan Kolaborasi Caroline F. Sunarko. Posisi ini memiliki *jobdesk* untuk membantu dalam kegiatan kolaborasi MNP dengan mitra lain, seperti membuat konten media sosial maupun visual, berpartisipasi dalam kegiatan acara kolaborasi, dan membantu penyusunan laporan acara yang akan dibagikan ke pihak eksternal sebagai tanda bahwa acara yang disusun melalui kolaborasi sudah selesai.

Sebagai *event management intern*, penulis juga turut membantu dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi acara yang diselenggarakan berdasarkan kolaborasi antar MNP dan Lawson. Selain membantu asistensi dalam mengelola acara kolaborasi dengan Lawson, penulis juga memiliki tanggung jawab dalam perihal publikasi. Seperti perencanaan *timeline* konten sosial media, *copywriting* dalam konten maupun *caption* media sosial, pembuatan *draft* desain visual seperti poster, hingga proses pembuatan dan *editing* konten. Penulis juga memiliki tanggung jawab sebagai *contact person* bagi para peserta kompetisi maupun peserta *side events*, penulis juga melakukan koordinasi 2 arah dengan supervisor, ketua pelaksana, dan wakil ketua pelaksana terkait informasi yang didapatkan dari peserta.

Dalam praktik kerja magang yang dilakukan secara *offline*, penulis biasanya melakukan koordinasi secara langsung secara *face to face* maupun melalui WhatsApp. Penggunaan media sosial WhatsApp untuk koordinasi dikarenakan agar lebih mudah untuk dinavigasi saat dibutuhkan. Meski tidak melakukan koordinasi langsung kepada pihak mitra yaitu Lawson, penulis tetap menjadi jembatan untuk pihak eksternal yaitu para peserta acara karena memiliki *jobdesk* sebagai *contact person* acara.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalani praktik kerja magang sebagai *Event Management Intern* di Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP), penulis memperoleh pengalaman berharga dalam memahami dan menerapkan konsep *event management* pada kegiatan acara kolaborasi, khususnya program MNP x Lawson. Aktivitas yang dilakukan mencakup berbagai kategori pekerjaan seperti *content planning, content creating, content writing & copywriting, mockup design, contact person, documentation, hingga event coordination.*

Pada tahap *Pre-Event (Preparation),* penulis terlibat dalam *content planning* dengan merencanakan konten untuk promosi acara, menyusun *timeline* unggahan, serta menentukan format konten yang sesuai. Penulis juga melakukan *content creating* dengan membuat konten promosi yang diunggah pada media sosial, seperti video pendek, dan poster. Selain itu, penulis menjalankan *content writing & copywriting* dengan membuat deskripsi untuk video hasil kolaborasi yang dipublikasikan di media sosial, serta menyusun konten pesan promosi yang digunakan untuk *blast* WhatsApp terkait acara kolaborasi MNP. Penulis juga melakukan *mockup design* dengan merancang dan membuat materi visual acara (poster) serta bertugas sebagai *contact person* yang menjadi kontak utama untuk peserta sebelum pelaksanaan acara.

Pada tahap *Event (Execution),* penulis bertugas dalam *documentations* dengan mendokumentasikan acara melalui foto dan video pada hari pelaksanaan acara kolaborasi MNP. Selain itu, penulis juga menjalankan peran sebagai Liaison Officer (LO) dengan mendampingi dan mengoordinasi peserta selama acara berlangsung sehingga pelaksanaan dapat berjalan sesuai rencana.

Selanjutnya pada tahap *Post-Event (Evaluation & Feedback),* penulis berperan dalam *evaluation & feedback* dengan mengumpulkan *feedback* peserta untuk evaluasi acara kolaborasi MNP. Penulis juga terlibat dalam *documentations* dengan mengelola hasil foto dan video setelah acara, menyusun arsip, serta membuat video dokumentasi acara kolaborasi MNP untuk publikasi.

Melalui seluruh rangkaian tugas tersebut, penulis memperoleh wawasan praktis mengenai penerapan *event management* mulai dari tahap perencanaan,

pelaksanaan, hingga evaluasi, yang berkontribusi pada terselenggaranya kegiatan kolaborasi secara terstruktur dan efektif.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

Jenis Pekerjaan		Aktivitas	Maret			April				Mei				Juni				Juli				Agustus	
			2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Pre-Event (Preparation)	***Content Planning***	Merencanakan konten untuk promosi acara.						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
	Content Creating	Membuat konten untuk promosi acara yang diunggah pada media sosial.	■	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■	■	■						
	Content Writing	Membuat deskripsi untuk video hasil acara kolaborasi yang dipublikasikan di media sosial MNP.	■	■	■	■																	
	Copywriting	Membuat konten pesan promosi yang digunakan untuk blast WhatsApp terkait acara kolaborasi MNP	■	■	■	■						■	■	■	■	■	■						
	Mockup Design	Merancang dan membuat materi visual acara (poster),						■	■	■	■	■	■										
	Contact Person	Menjadi kontak utama untuk peserta.												■	■	■	■	■	■	■	■	■	

Event (Execution)	***Liaison Officer (LO)***	Mendampingi dan mengoordinasi peserta selama acara kolaborasi MNP berlangsung.																						
Post-Event	***Evaluation & Feedback***	Mengumpulkan feedback peserta untuk evaluasi acara kolaborasi MNP.																						
	Documentations	Mengelola hasil foto dan video setelah acara, menyusun arsip, serta membuat video dokumentasi acara kolaborasi MNP untuk publikasi.																						

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah tugas sehari-hari pada saat kerja magang yang dijalani oleh penulis sebagai *event managament intern* di biro Relasi dan Kolaborasi MNP:

3.2.2.1 Pre-Event

Untuk dapat menciptakan sebuah acara yang baik, diperlukan langkah persiapan yang dilakukan pada tahap yang disebut *pre-event*. Pada tahap ini, penulis terlibat aktif sejak awal dalam berbagai program kolaborasi dan kegiatan yang diselenggarakan oleh Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP) bersama beberapa mitra. Contohnya antara lain kolaborasi dengan Lawson melalui Ecobag Design Competition, kolaborasi dengan Esensi dalam Content Creator Workshop, kolaborasi dengan Garudaku dalam Liga Esport Nasional Mahasiswa Goes To Campus, dan kegiatan kolaborasi lainnya.

Di tahap awal, penulis diminta untuk mencari informasi terkait konten promosi yang relevan untuk target audiens dari masing-masing acara. Untuk acara dengan target siswa/i SMA, penulis mencari referensi tren konten melalui media sosial seperti TikTok, memperhatikan gaya penyampaian, tren lagu, serta format visual yang sedang *viral* dan sesuai dengan konteks acara. Penulis juga menggali *insight* langsung dari relasi yang berstatus pelajar SMA, seperti kebiasaan mereka mengikuti acara, efektivitas penyebaran pesan melalui WhatsApp, serta waktu yang tepat dalam menyelenggarakan acara. Selain itu, penulis mencari contoh *copywriting, visual poster*, hingga *caption* dari acara kompetisi maupun *workshop* yang relevan untuk dijadikan referensi promosi.

Tahap berikutnya adalah desain konsep acara. Penulis ikut serta dalam merancang keseluruhan rangkaian kegiatan acara Lawson X MNP. Dimana penulis ikut terlibat dalam penyusunan ide awal dan pengembangan konsep dari Ecobag Design Competition—kompetisi desain tas *spunbond* bagi siswa/i SMA se-Indonesia yang diadakan secara daring melalui Google Form. Kompetisi tersebut juga memiliki beberapa kegiatan pendukung, seperti *pop-up event* Ecobag Design Challenge, *webinar* Ecobag Design 101, serta sesi penjurian dan pengumuman pemenang. Sementara itu, pada acara lain seperti Content Creator Workshop atau Liga Esport Nasional Mahasiswa Goes To Campus, penulis juga berperan dalam

memberikan masukan konsep dan mengembangkan ide kegiatan agar sesuai dengan tujuan acara dan target audiensnya.

Pada tahap perencanaan *(planning),* penulis menyusun berbagai dokumen pendukung seperti *handbook* atau *Term of Reference* (TOR) untuk acara Ecobag Design Competition serta membuat *timeline* untuk unggahan media sosial. Penulis juga terlibat dalam perencanaan kebutuhan logistik dan alokasi anggaran untuk kegiatan inti maupun kegiatan pendukung lainnya.

Selanjutnya adalah tahap koordinasi, di mana penulis membantu menjaga komunikasi di dalam tim internal MNP. Penulis memastikan jadwal konten promosi sesuai dengan *timeline* yang telah ditetapkan, serta membantu menanggapi pertanyaan peserta yang disampaikan kepada tim. Koordinasi dilakukan bersama rekan satu tim untuk memastikan setiap persiapan acara—baik *workshop*, kompetisi, maupun *pop-up event*—telah sesuai dengan *rundown* yang telah disusun sebelumnya.

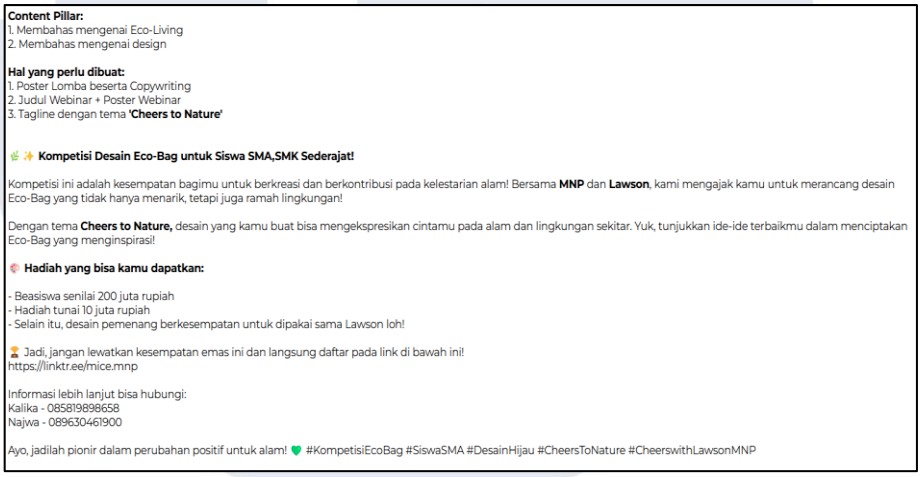
Seluruh kegiatan *pre-event* yang dilakukan penulis ini sudah sesuai dengan konsep *event management* yang membagi proses penyelenggaraan acara ke dalam lima tahap, yaitu riset *(research)*, desain *(design)*, perencanaan *(planning)*, koordinasi *(coordination)*, dan evaluasi *(evaluation).* Setiap langkah dilakukan secara berurutan dan saling mendukung agar acara yang dijalankan, baik besar maupun kecil, dapat berjalan terstruktur dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Goldblatt, 2013).

A. Content Planning

Selama masa magang, penulis terlibat dalam empat acara besar yang memiliki tujuan utama untuk memberikan informasi sekaligus meningkatkan partisipasi audiens, khususnya siswa/i SMA, terhadap kegiatan yang diselenggarakan MNP bersama mitra. Untuk mendukung tujuan tersebut, penulis berencana membuat setidaknya empat konten yang disesuaikan dengan masing-masing acara.

Dalam prosesnya, penulis menyusun rancangan konten melalui Google Sheets dan mengoordinasikannya langsung dengan wakil ketua acara yang bertanggung jawab dalam publikasi. Konten yang direncanakan bersifat

informatif dan memuat rangkaian kegiatan dari tiap acara. Pada tahap ini, penulis juga melakukan riset konten yang sedang *viral* mengenai acara lomba. Dari banyak referensi yang diperoleh, hanya beberapa yang dapat diimplementasikan karena *talent* pembuat konten terbatas, yaitu hanya penulis sendiri dan satu siswi SMA yang sedang PKL di Biro Relasi dan Kolaborasi. Selain itu, penulis menyusun *timeline* untuk menentukan kapan dan apa saja konten yang akan diunggah.



Content Pillar:
1. Membahas mengenai Eco-Living
2. Membahas mengenai design

Hal yang perlu dibuat:
1. Poster Lomba beserta Copywriting
2. Judul Webinar + Poster Webinar
3. Tagline dengan tema **'Cheers to Nature'**

🌿✨ **Kompetisi Desain Eco-Bag untuk Siswa SMA,SMK Sederajat!**

Kompetisi ini adalah kesempatan bagimu untuk berkreasi dan berkontribusi pada kelestarian alam! Bersama **MNP** dan **Lawson**, kami mengajak kamu untuk merancang desain Eco-Bag yang tidak hanya menarik, tetapi juga ramah lingkungan!

Dengan tema **Cheers to Nature,** desain yang kamu buat bisa mengekspresikan cintamu pada alam dan lingkungan sekitar. Yuk, tunjukkan ide-ide terbaikmu dalam menciptakan Eco-Bag yang menginspirasi!

🎁 **Hadiah yang bisa kamu dapatkan:**

- Beasiswa senilai 200 juta rupiah
- Hadiah tunai 10 juta rupiah
- Selain itu, desain pemenang berkesempatan untuk dipakai sama Lawson loh!

⏳ Jadi, jangan lewatkan kesempatan emas ini dan langsung daftar pada link di bawah ini!
https://linktr.ee/mice.mnp

Informasi lebih lanjut bisa hubungi:
Kalika - 085819898658
Najwa - 089630461900

Ayo, jadilah pionir dalam perubahan positif untuk alam! 💚 #KompetisiEcoBag #SiswaSMA #DesainHijau #CheersToNature #CheerswithLawsonMNP

Gambar 3.1 *Content Plan Ecobag Design Competition*

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

Contoh penerapan yang dapat dilihat adalah pada acara kolaborasi Ecobag Design Competition. Penulis membuat *content plan* lengkap dengan *content pillar* sebagai acuan utama pembuatan konten. Beberapa materi yang direncanakan antara lain poster lomba, judul dan poster *webinar* yang sudah disetujui, serta *tagline* bertema "Cheers to Nature." Penulis juga menulis *caption* yang memuat informasi lengkap mengenai tujuan acara, tema kompetisi, hadiah, kontak panitia, *hashtag,* serta ajakan untuk mengikuti kompetisi.

Selain itu, penulis menyusun *timeline* konten per bulan, berisi jadwal unggahan yang padat agar informasi tersampaikan tepat waktu. Penulis bahkan mengusulkan adanya sesi *live streaming* pada akun media sosial Lawson atau MNP untuk memberikan ruang tanya jawab secara *real-time* kepada peserta.

June

Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
					1	2
					Instagram Feeds *awareness* mengenai **Lomba MNPFest**	**Instagram** Story Poster Lomba
Monday	**Tuesday**	**Wednesday**	**Thursday**	**Friday**	**Saturday**	**Sunday**
3	4	5	6	7	8	9
Instagram Reels Konten mengenai tipe poster (Vektor/Bitmap)		**Instagram** Feeds mengenai **Lomba**	**Instagram** Feeds Poster mengenai **webinar**	**Instagram LIVE** mengenai lomba		
Monday	**Tuesday**	**Wednesday**	**Thursday**	**Friday**	**Saturday**	**Sunday**
10	11	12	13	14	15	16
Instagram Story Poster Lomba		**Instagram** Story Poster Lomba	**Instagram** Feeds Poster mengenai **webinar**	**Instagram** Story Poster mengenai **Webinar** & **TIKTOK** Poster Webinar (slide photos)	Tweet di **X** mengenai poster **Webinar**	Konten **TikTok** mempromosikan **Lomba**
Monday	**Tuesday**	**Wednesday**	**Thursday**	**Friday**	**Saturday**	**Sunday**
17	18	19	20	21	22	23
Instagram Story Poster mengenai **Webinar**	**Instagram** Story Poster mengenai **Webinar**	**Instagram** Story Poster mengenai **Webinar**	**Online Workshop**	**Lawson Offline Workshop**	**Instagram** Feeds Dokumentasi Webinar	Konten **TikTok** mengenai Lomba
Monday	**Tuesday**	**Wednesday**	**Thursday**	**Friday**	**Saturday**	**Sunday**
24	25	26	27	28	29	30
Instagram Reels Konten tentang design		**Instagram** Story Poster Lomba	Tweet di **X** mengenai waktu lomba	**Instagram** Story		**Instagram** Story Poster Lomba

Instagram Live
Konten Tiktok/Instagram

July

Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
1	2	3	4	5	6	7
Instagram Reels Konten tentang eco-living	**Instagram** Story Poster Lomba	**Instagram** Story Poster Lomba	**Instagram** Story Poster Lomba		**Instagram** Story Penutupan Lomba	Tweet di **X** mengenai 1 minggu sebelum penutupan lomba
Monday	**Tuesday**	**Wednesday**	**Thursday**	**Friday**	**Saturday**	**Sunday**
8	9	10	11	12	13	14
Instagram Story Interaktif Penutupan Lomba	Konten **TikTok** mengenai Penutupan Lomba (Slides photos)		**Instagram** Story Countdown Penutupan Lomba	**Instagram** Story Countdown Penutupan Lomba	**Instagram** Story Countdown Penutupan Lomba	**Instagram** Feeds & Story Penutupan Lomba
Monday	**Tuesday**	**Wednesday**	**Thursday**	**Friday**	**Saturday**	**Sunday**
15	16	17	18	19	20	21
Monday	**Tuesday**	**Wednesday**	**Thursday**	**Friday**	**Saturday**	**Sunday**
22	23	24	25	26	27	28
Monday	**Tuesday**	**Wednesday**	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
29	30	31				

Gambar 3.2 *Timeline Konten Perbulan Ecobag Design Competition*

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

Selain itu, penulis menyusun *timeline* konten per bulan, berisi jadwal unggahan yang padat agar informasi tersampaikan tepat waktu. Penulis bahkan mengusulkan adanya sesi *live streaming* pada akun media sosial Lawson atau MNP untuk memberikan ruang tanya jawab secara *real-time* kepada peserta.

Hasil akhirnya, tidak semua konten yang direncanakan dapat dibuat dan diunggah karena publikasi mengikuti *timeline* dari pihak Lawson dan Marketing MNP. Namun, konten yang dipublikasikan sudah cukup baik karena mampu menyampaikan informasi penting yang dibutuhkan peserta. Seluruh langkah tersebut sesuai dengan konsep *event management* pada tahap *pre-event*, yaitu

melalui perencanaan konten, riset, penyusunan *timeline*, dan koordinasi internal yang terstruktur untuk mendukung keberhasilan acara.

B. Content Creating

Sebelum membuat konten media sosial untuk program kolaborasi besar bersama Lawson, penulis juga membuat konten dan mendesain materi visual untuk acara kolaborasi lain yang diselenggarakan oleh MNP. Salah satunya adalah pembuatan video promosi untuk acara *workshop* Program Studi Animasi yang terbuka untuk publik. Acara ini ditujukan bagi peserta umum yang ingin mempelajari dasar-dasar animasi dalam waktu lima hari dengan biaya pendaftaran sebesar satu juta rupiah. Dalam proyek ini, penulis diminta membuat dua konten video yang bersifat persuasif sekaligus informatif. Selain itu, penulis juga mendesain materi visual lain seperti *draft* brosur untuk program Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) yang memuat daftar kelas, manfaat program, hingga rincian biaya, serta mendesain *backdrop* untuk acara Jambore dengan mempertimbangkan identitas visual mitra dan tema berkemah. Pada keseluruhan proses, penulis menerapkan prinsip dasar *content creating*, yakni menyusun konten berdasarkan kebutuhan audiens, tujuan komunikasi, dan media distribusi yang digunakan.

Setelah mengerjakan beberapa konten untuk acara-acara tersebut, penulis kemudian berfokus pada tahap *content creating* berbagai materi komunikasi untuk meningkatkan *awareness* audiens terhadap acara Ecobag Design Competition. Acara ini ditujukan bagi siswa/i SMA di seluruh Indonesia dengan tujuan mendorong kreativitas mereka dalam mendesain tas spunbond khas Lawson sekaligus memperkenalkan MNP sebagai institusi yang mendukung inovasi anak muda.

Dalam prosesnya, penulis membuat berbagai bentuk konten, mulai dari konten statis seperti poster hingga konten dinamis berupa video pendek yang mengikuti tren media sosial. Salah satu contoh video yang diproduksi adalah konten promosi bertema “Beasiswa 200 Juta”. Video ini memanfaatkan gaya *edutainment* yang sedang viral, dengan menampilkan perbandingan barang *real*

(asli) dan *fake* (palsu) secara sarkastik. Di bagian akhir video, penulis menampilkan tulisan "Beasiswa 200 Juta" yang dinyatakan real karena memang bisa didapatkan melalui keikutsertaan dalam kompetisi tersebut.

Penulis tidak hanya menyusun ide dan naskah, tetapi juga berperan sebagai *talent* sekaligus membantu proses pengeditan untuk memastikan visual, tempo, dan alur cerita menarik serta mudah dipahami audiens.

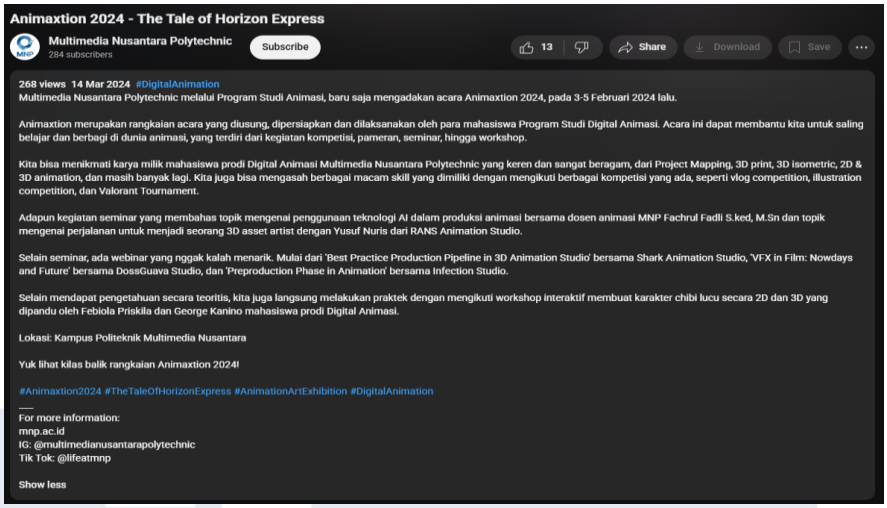
Gambar 3.3 Konten Video Promosi Acara *Ecobag Design Competition*
(Sumber: Akun Instagram @Multimedianusantarapolytechnic, 2024)

Hasil dari konten yang dibuat telah sesuai dengan konsep dasar *content creating* yang menekankan pentingnya keselarasan antara pesan, visual, dan media distribusi. Konten yang dihasilkan mampu menyampaikan informasi acara secara jelas sekaligus menarik minat target audiens. Meskipun tidak semua konten yang direncanakan dapat diunggah sesuai *timeline* karena adanya penyesuaian dari tim Marketing MNP dan Lawson, publikasi acara tetap berjalan baik dan memberikan informasi yang diperlukan peserta.

C. Content Writing

Tugas pertama yang diterima oleh penulis adalah *content writing* untuk acara Animaxtion, yaitu sebuah program yang diselenggarakan oleh mahasiswa Program Studi Digital Animasi MNP. Acara Animaxtion memiliki tujuan untuk memperkenalkan hasil karya mahasiswa MNP kepada publik, memberikan edukasi dasar seputar animasi kepada masyarakat luas—terutama siswa/i SMA—serta meningkatkan minat dan eksposur terhadap Program Studi Digital Animasi MNP. Target audiens dari acara ini adalah siswa/i SMA yang memiliki minat pada bidang animasi, calon mahasiswa MNP, serta masyarakat umum yang tertarik pada industri kreatif.

Dalam tugas *content writing* tersebut, penulis membuat deskripsi untuk video rekapan kegiatan Animaxtion yang diunggah melalui akun resmi YouTube Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP). Proses pengerjaan dimulai dengan menonton keseluruhan video agar mendapatkan gambaran utuh mengenai rangkaian acara, karena pada saat acara berlangsung penulis belum bergabung dalam program magang di MNP. Dengan memahami alur video, penulis dapat menentukan pesan apa saja yang perlu disampaikan. Selanjutnya, penulis mulai menyusun deskripsi sesuai dengan urutan kegiatan dalam video, dimulai dari pameran karya, kegiatan seminar, hingga *workshop* yang diadakan. Untuk melengkapi informasi yang belum tertuang di dalam video, penulis mencari detail tambahan melalui akun Instagram resmi Animaxtion, seperti nama pengisi seminar atau detail waktu pelaksanaan. Setelah itu, penulis menyesuaikan struktur pesan dengan pola deskripsi video YouTube acara MNP lainnya, meliputi ajakan menonton video secara menyeluruh, lokasi acara, serta penambahan *hashtag* yang relevan agar video lebih mudah ditemukan dalam algoritma YouTube. Hasil deskripsi kemudian diberikan kepada penanggung jawab publikasi di Biro Relasi dan Kolaborasi MNP, dan hanya memerlukan satu kali revisi berupa penambahan beberapa kata serta informasi media sosial MNP.



Gambar 3.4 Tangkapan Layar Deskripsi YouTube Video Acara *Animaxtion*
(Sumber: youtube.com/@multimedianusantarapolytechnic, 2025)

Deskripsi YouTube yang dihasilkan pada gambar 3.1 di atas memuat informasi lengkap mengenai acara Animaxtion, seperti waktu pelaksanaan, tujuan kegiatan, jenis aktivitas yang dilakukan (kompetisi, pameran, seminar, dan *workshop*), serta narasumber yang terlibat. Selain itu, deskripsi juga dilengkapi dengan informasi lokasi, kontak, tautan media sosial, serta *hashtag* relevan untuk mempermudah audiens dalam mencari informasi lebih lanjut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penulisan yang dilakukan penulis sudah sesuai dengan konsep *content writing*, yaitu konten tertulis yang bertujuan untuk memberikan informasi dan edukasi kepada audiens secara mendalam, terstruktur, dan tanpa menggunakan kata-kata menjual.

Apabila penulis memiliki kesempatan untuk terlibat langsung pada hari pelaksanaan acara, deskripsi yang dihasilkan dapat disusun dengan *insight* yang lebih mendalam dan detail, sehingga kualitasnya bisa lebih maksimal lagi.

D. Copywriting

Tugas selanjutnya yang dilakukan penulis adalah *copywriting*, yaitu membuat konten pesan yang dibagikan ke *personal chat* maupun grup pada platform WhatsApp mengenai pelaksanaan acara kolaborasi MNP. Beberapa acara yang penulis buatkan konten pesannya antara lain Content Creator Workshop (kolaborasi MNP dan Esensi), Liga Esport Nasional Mahasiswa Goes To

Campus (kolaborasi MNP dan Garudaku), serta program inti yang penulis pegang yaitu Ecobag Design Competition (kolaborasi MNP dan Lawson).

Salah satu kegiatan dalam rangkaian Ecobag Design Competition yang penulis tangani secara lebih detail adalah Workshop Online Ecobag Design 101. *Workshop* ini diselenggarakan sebagai sarana pembekalan bagi peserta kompetisi, sekaligus sebagai media promosi untuk menarik minat calon peserta lainnya. Target audiensnya mencakup siswa/i SMA yang sudah terdaftar sebagai peserta.

Dalam proses pembuatan konten pesan untuk Workshop Online Ecobag Design 101, penulis menerima *brief* dari tim internal Biro Relasi dan Kolaborasi yang berisi poin-poin penting seperti tanggal pelaksanaan, topik materi, pembicara, platform, dan cara pendaftaran. Berdasarkan brief dan poster yang diberikan, penulis kemudian menyusun pesan khusus untuk dibagikan melalui grup WhatsApp peserta. Pesan tersebut disusun dengan bahasa yang sederhana dan langsung, namun tetap persuasif—misalnya dengan menambahkan ajakan seperti, "Jangan lupa ajak teman kamu untuk meramaikan *workshop online* ini." serta menyertakan informasi menarik, seperti adanya *voucher* dari Lawson untuk peserta. Setelahnya, pesan diakhiri dengan detail acara lengkap (tanggal, waktu, platform Zoom, dan link pendaftaran) sebagai *Call To Action* (CTA).

Draft pesan yang telah dibuat kemudian dikirim ke salah satu karyawan yang menjadi penanggung jawab acara untuk di-*review*. Setelah mendapatkan masukan, penulis melakukan revisi sesuai arahan dan mengirimkan versi final ke grup WhatsApp biro agar diperiksa oleh kepala biro dan karyawan lain. Apabila sudah disetujui, konten pesan kemudian diberikan kepada mitra untuk *approval* terakhir sebelum akhirnya dibagikan ke target audiens melalui pesan WhatsApp.

Gambar 3.5 Contoh pesan *blast* Workshop Online Ecobag Design 101 yang dibagikan melalui grup WhatsApp peserta

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

Selain bersifat persuasif, *copywriting* pesan harus sejalan dengan tema kegiatan yang ingin dipromosikan dan sesuai dengan target audiens yang akan membaca. Hasil konten pesan yang dibuat berhasil menyajikan informasi secara ringkas, jelas, dan persuasif. Konten juga mengikuti tema acara dan menggunakan gaya bahasa yang *friendly* sehingga sesuai untuk siswa/i SMA maupun audiens umum yang menjadi sasaran kegiatan. Jumlah partisipan yang hadir melalui Zoom pada *workshop* tersebut mencapai 120 orang, melebihi target awal yang ditetapkan yaitu 60 orang.

Proses *copywriting* yang dilakukan ini sudah sesuai dengan konsep *copywriting* itu sendiri—yakni pembuatan teks promosi yang bertujuan untuk mendorong audiens melakukan tindakan tertentu seperti mendaftar acara, dengan kata-kata yang kreatif, strategis, dan persuasif. Melalui konten yang menarik, audiens diharapkan semakin antusias mengikuti *workshop* maupun kompetisi. Jika ke depan pembuatan *copywriting* dilengkapi riset audiens yang

lebih mendalam, konten yang dihasilkan dapat semakin relevan sehingga potensi partisipasi audiens dapat meningkat lebih maksimal (Albrighton, 2015).

E. Mockup Design

Sebagai bagian dari *jobdesk* di bidang publikasi, penulis bertugas membuat beberapa desain *mockup* untuk mendukung visualisasi konten sebelum diproduksi secara penuh. Tujuan dari pembuatan *mockup* ini adalah untuk memberikan gambaran awal yang realistis mengenai tampilan akhir konten, sehingga tim publikasi dapat meninjau dan memberikan masukan.

Pembuatan desain *mockup* ini dilakukan untuk acara-acara kolaborasi MNP bersama mitra eksternal, salah satunya pada rangkaian acara Ecobag Design Competition. Dalam kegiatan ini, penulis merancang *mockup poster* yang menonjolkan hadiah utama sebagai daya tarik peserta, serta memuat informasi penting seperti periode kompetisi, jenis tas yang harus didesain, logo kolaborasi MNP dan Lawson, dan media sosial yang dapat dihubungi.

Proses pembuatan *mockup* dilakukan menggunakan perangkat lunak desain Canva, dengan memperhatikan tata letak, tipografi, pemilihan warna, dan elemen visual lain agar sesuai dengan identitas visual MNP maupun mitra. Setiap *mockup* disusun dalam format presentasi sehingga memudahkan tim publikasi mengevaluasi kejelasan pesan dan estetika desain. Diskusi internal dilakukan untuk memastikan desain memenuhi standar *branding* dan relevan dengan tema acara.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3.6 *Mockup Design Poster* Acara

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

Gambar 3.5 di atas merupakan *mockup* pertama poster acara yang dibuat oleh penulis. Dalam poster ini penulis ingin menonjolkan hadiah utama yang bisa di dapatkan peserta, dengan tujuan untuk menarik perhatian dan jika tertarik dengan hadiahnya di dalam poster terdapat informasi acara. Informasi bahwa acara ini merupakan kolaborasi antara MNP dan Lawson, lalu gambar tipe tas yang harus di desain peserta (tas spunbond), tanggal periode kompetisi, dan yang terakhir sosial media yang bisa dihubungi peserta. Penulis menggunakan aplikasi Canva dalam pembuatan poster dan memilih warna cerah dengan *font* yang mudah dibaca.

Hasil dari tugas ini berupa *draft mockup* poster yang akhirnya digunakan sebagai acuan dalam produksi konten final. Desain yang dibuat sudah sesuai dengan konsep *mockup* menurut teori—yakni sebagai representasi visual yang menampilkan aspek estetika dan fungsional sebuah desain sebelum diproduksi (Interaction Design Foundation, 2023). Dengan proses yang tepat, *mockup* yang dihasilkan membantu tim mengantisipasi revisi sejak awal dan membuat hasil akhir konten lebih maksimal.

F. Contact Person

Sebagai salah satu bagian dari *jobdesk* selama magang, penulis menjalani peran sebagai Contact Person (PIC) untuk beberapa acara kolaborasi MNP dengan mitra eksternal. Salah satu acara utama yang ditangani adalah Ecobag Design Competition beserta rangkaian kegiatannya, termasuk *pop-up event* yang diselenggarakan di salah satu toko Lawson. Tujuan utama dari peran ini adalah memastikan arus komunikasi antara peserta, tim acara, dan mitra berjalan lancar sehingga setiap informasi penting dapat diterima dengan jelas oleh pihak yang membutuhkan.

Dalam pelaksanaannya, penulis menyampaikan berbagai informasi acara melalui saluran seperti WhatsApp dan email, mulai dari mekanisme pendaftaran, jadwal pelaksanaan, hingga detail teknis lomba. Penulis juga aktif merespons pertanyaan peserta, memberikan panduan jika ada kendala registrasi, serta mengklarifikasi aturan kompetisi agar tidak terjadi kesalahpahaman. Selain itu, penulis menjaga koordinasi lintas tim internal MNP dengan tim publikasi dan tim teknis, sehingga setiap *update* dari panitia dapat segera diteruskan kepada peserta.

Melalui peran sebagai PIC ini, penulis menjadi penghubung utama antara peserta dan tim penyelenggara. Hasilnya, peserta mendapatkan jawaban secara cepat dan jelas terkait kebingungan yang muncul, misalnya saat *pop-up event* berlangsung, banyak peserta yang menghubungi MNP karena kurang memahami teknis acara. Penulis menindaklanjuti dengan memberikan penjelasan, membantu proses registrasi, hingga memastikan kebutuhan informasi mereka terpenuhi.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3.7 Poster Acara *Pop-up Event*

(Sumber: Instagram @Multimedianusantarapolytechnic, 2024)

Poster di atas milik acara *pop-up event* yang merupakan salah satu rangkaian acara besar kompetisi MNP dan Lawson. Penulis menjadi *contact* person pada acara *pop-up event* tersebut. Banyak peserta yang ternyata masih kurang paham dengan teknis acara dan menghubungi pihak MNP, sebagai *contact person* yang tertera di poster penulis menjawab kebingungan peserta dan membantu peserta yang ingin melakukan registrasi.

Peran PIC yang dijalankan penulis sejalan dengan konsep dalam manajemen acara, di mana seorang *contact person* berfungsi sebagai pusat komunikasi dan liaison antara klien atau peserta dengan tim penyelenggara dan vendor. Menurut Rochman & Putri (2025) serta Osum (2025), tugas utama *contact person* adalah memfasilitasi komunikasi yang efektif pada tahap pra-acara, saat acara, maupun pasca-acara, memastikan setiap informasi yang diberikan konsisten, tepat waktu, dan mendukung keberhasilan acara.

3.2.2.2 Event

Pada tahap pelaksanaan atau eksekusi acara Ecobag Design Competition, penulis memegang peran ganda sebagai Event Person In Charge (PIC) sekaligus

dokumenter acara. Acara ini merupakan kolaborasi antara MNP dan Lawson yang ditujukan kepada siswa/i SMA di seluruh Indonesia sebagai peserta utama, dengan tujuan memberikan ruang kreativitas melalui desain tas *spunbond* sekaligus meningkatkan *awareness* terhadap program beasiswa dan *branding* kedua institusi.

Sebagai PIC, penulis bertugas memastikan seluruh aspek pelaksanaan berjalan sesuai rencana. Tujuan dari peran ini adalah mengoordinasikan berbagai elemen—mulai dari logistik, kesiapan alat, alur acara, hingga koordinasi antar tim—agar acara dapat terselenggara dengan lancar dan sesuai *rundown*. Proses tugas ini mencakup pengecekan kelengkapan perlengkapan sebelum acara dimulai, memastikan komunikasi dengan tim dekorasi, publikasi, serta dokumentasi berjalan baik, dan memonitor jalannya acara dari awal hingga akhir. Penulis juga menjadi penghubung utama antara tim pelaksana dengan supervisor untuk mengambil keputusan cepat bila muncul kendala teknis di lapangan (Allen et al., 2022).

PIC juga bertindak sebagai pengawas teknis, memantau waktu pelaksanaan, menjamin kesesuaian dengan perencanaan, dan menangani permasalahan tak terduga secara responsif. Posisi ini krusial dalam menjaga keterpaduan antar tim dan menyelaraskan eksekusi kegiatan dengan tujuan strategis acara (Shone & Parry, 2020).

Selain menjalankan tugas sebagai PIC, penulis juga mengambil peran aktif sebagai dokumenter acara. Selama kegiatan berlangsung, penulis mendokumentasikan jalannya acara melalui foto dan video. Momen yang direkam meliputi sesi pembukaan, sambutan perwakilan institusi, aktivitas peserta saat *workshop* maupun kompetisi, interaksi antara peserta dan panitia, hingga sesi penutupan. Dokumentasi dilakukan dengan memperhatikan komposisi visual, pencahayaan, serta momen yang memiliki nilai cerita, sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai laporan kegiatan, arsip internal, maupun materi publikasi untuk media sosial MNP.

Gambar 3.8 Dokumentasi Tim Panitia saat *Pop-up Event*

(Sumber: Dokumentasi Acara, 2025)

Bersama panitia yang lain, penulis memastikan acara berjalan dengan baik. Penulis dan panitia yang lain juga secara aktif membantu para peserta yang kesulitan saat melukis di atas tas spunbond. Selain itu, penulis dan panitia membersihkan kembali tempat acara saat semua peserta telah pulang. Panitia di atas termasuk karyawan Biro Relasi dan Kolaborasi MNP, mahasiswa/i prodi *event management* MNP, dan karyawan dari pihak Lawson.

A. Liaison Officer (LO)

Sebagai Liaison Officer (LO) dalam rangkaian kegiatan Ecobag Design Competition, penulis memiliki peran penting dalam mendampingi peserta yang menjadi target utama acara, yaitu siswa/i SMA. Acara ini merupakan kolaborasi antara MNP dan Lawson yang bertujuan untuk memberikan pengalaman kreatif bagi peserta dalam mendesain tas spunbond, sekaligus memperkenalkan identitas kedua penyelenggara kepada audiens muda.

Dalam pelaksanaannya, penulis mendampingi peserta sejak tahapan registrasi hingga pelaksanaan kegiatan utama seperti Ecobag Design Challenge dan Workshop Ecobag Design 101. Penulis membantu menjelaskan alur kegiatan, memberikan arahan teknis, serta memastikan peserta memahami aturan yang berlaku. Salah satu contoh konkretnya adalah saat *pop-up event* berlangsung di cabang Lawson BSD, di mana penulis memastikan peserta memahami

mekanisme permainan, membantu mereka ketika melakukan aktivitas melukis tas *spunbond*, dan memastikan ketersediaan alat agar peserta dapat berkreasi dengan nyaman. Selain itu, saat acara pengumuman pemenang kompetisi, penulis juga menghubungi dan mendampingi peserta yang hadir secara langsung, memastikan bahwa setiap peserta menerima hasil desain yang telah dicetak serta *goodie bag* dari MNP.

Hasil dari peran LO ini terlihat dari kelancaran interaksi antara peserta dan panitia selama acara berlangsung. Para peserta dapat mengikuti kegiatan sesuai alur yang telah ditetapkan, dan sebagian besar menyelesaikan aktivitas mereka tanpa kendala berarti. Secara konsep, peran LO yang penulis jalankan sudah sesuai dengan fungsi LO sebagai penghubung langsung antara penyelenggara dan peserta untuk memastikan jalannya acara tetap terarah dan kondusif.

Namun, terdapat beberapa catatan refleksi. Meskipun secara umum berjalan baik, kehadiran peserta di beberapa sesi seperti jumlah peserta pada sesi acara *pop-up* belum mencapai target awal. Hal ini menunjukkan bahwa koordinasi atau komunikasi kepada peserta dapat lebih ditingkatkan di masa mendatang, baik melalui penegasan informasi pra-acara maupun *follow-up* lebih intensif. Dengan perbaikan pada aspek tersebut, peran LO dapat memberikan hasil yang lebih maksimal lagi di kegiatan berikutnya.

3.2.2.3 Post-Event

Pada tahap akhir kegiatan, fokus utama adalah melakukan evaluasi dan mendokumentasikan hasil acara dengan tujuan untuk mengukur keberhasilan dan memberikan masukan peningkatan bagi kegiatan selanjutnya. Hal ini penting karena evaluasi post-event membantu tim menyusun strategi yang lebih baik dan mengoptimalkan pelaksanaan di masa mendatang.

A. Evaluation & Feedback

Pada tahap akhir kegiatan, penulis berperan aktif dalam proses evaluasi sebagai bagian penting dari siklus manajemen acara. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan kolaborasi antara MNP dan Lawson telah mencapai tujuannya, sekaligus menjadi dasar penyusunan strategi

perbaikan untuk acara serupa di masa mendatang. Target audiens dari tahap evaluasi ini adalah para peserta yang telah mengikuti rangkaian acara, karena pengalaman dan masukan mereka dinilai relevan untuk peningkatan kualitas kegiatan berikutnya.

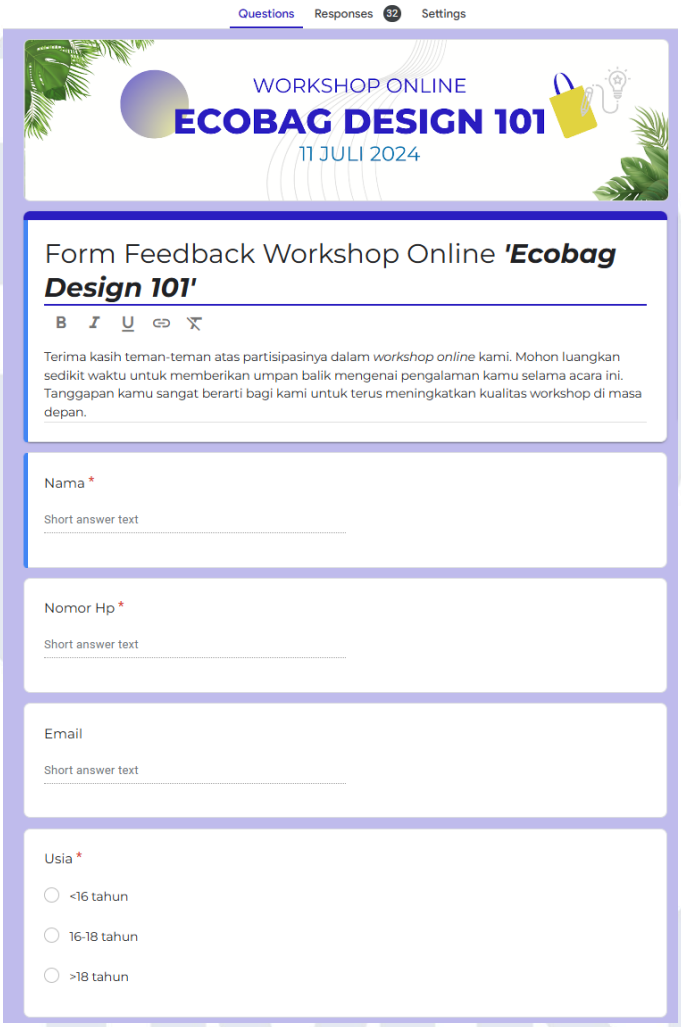
Dalam pelaksanaannya, penulis membantu mengumpulkan umpan balik peserta melalui formulir digital yang dibagikan pada akhir acara. Formulir tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai tingkat kepuasan peserta, kualitas pelaksanaan kegiatan, hingga saran perbaikan. Seluruh data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis bersama tim untuk menyusun laporan evaluasi yang komprehensif. Laporan ini tidak hanya digunakan secara internal, tetapi juga disampaikan kepada mitra kerja, yaitu Lawson, sebagai bukti pertanggungjawaban sekaligus bahan masukan untuk kerja sama berikutnya.

Selain mengelola *feedback*, penulis turut membantu supervisor dalam menyusun *Minutes of Meeting* (MoM) hasil rapat evaluasi internal. Dalam proses ini, penulis memastikan bahwa setiap temuan, masukan, dan rekomendasi terdokumentasi secara sistematis, sehingga dapat dijadikan rujukan konkret pada pelaksanaan acara yang akan datang.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa puas dengan kegiatan yang telah dilaksanakan. Namun, terdapat beberapa catatan yang perlu diperhatikan, seperti keterbatasan waktu pada sesi *workshop* dan kebutuhan informasi yang lebih detail sebelum hari pelaksanaan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tujuan acara telah tercapai dengan baik, selalu ada ruang untuk pengembangan. Proses evaluasi ini juga membuktikan bahwa dengan melakukan evaluasi secara menyeluruh dan cepat, kualitas acara dapat terus meningkat dari waktu ke waktu.

Menurut Cademix Institute of Technology (2024), evaluasi pasca-acara merupakan langkah krusial karena dapat membantu memperbaiki aspek logistik, alur kerja, serta meningkatkan kepuasan peserta. Sementara itu, ASAE (2024) menegaskan bahwa pengumpulan umpan balik yang relevan dan tepat waktu menjadi praktik terbaik dalam memastikan hasil evaluasi yang akurat. Evaluasi yang dilakukan oleh penulis dan tim telah selaras dengan prinsip

tersebut, karena *feedback* dikumpulkan secara langsung di akhir kegiatan dan dianalisis segera setelahnya untuk memberikan hasil yang maksimal.



Gambar 3.9 Google Form Feedback Peserta untuk Workshop Online

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

Gambar di atas merupakan tangkapan layar dari formulir evaluasi acara yang dibuat dan dibagikan kepada peserta. Formulir ini memuat sejumlah pertanyaan yang dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan peserta terhadap pelaksanaan acara sekaligus menggali masukan yang dapat dijadikan bahan perbaikan. Keberadaan formulir ini menjadi bukti bahwa setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh MNP diakhiri dengan proses evaluasi yang sistematis dan terstruktur.

B. Documentations

Setelah rangkaian acara kolaborasi MNP bersama mitra eksternal selesai dilaksanakan, penulis juga menjalankan peran penting dalam tahap *post-event* melalui pengelolaan hasil dokumentasi. Tujuan utama dari proses ini adalah memastikan seluruh foto dan video yang diambil selama acara dapat diarsipkan dengan rapi, dijadikan laporan internal, dan dimanfaatkan kembali sebagai materi publikasi untuk memperkuat citra institusi maupun mitra penyelenggara. Target utama dari tahap ini adalah tim internal MNP, mitra eksternal, serta audiens publik yang nantinya akan menerima informasi melalui media sosial atau laporan resmi.

Dalam pelaksanaannya, penulis menyeleksi ratusan hasil foto dan video dari berbagai momen—mulai dari sesi pembukaan, aktivitas peserta, hingga penutupan—untuk dipilih mana yang paling relevan dan memiliki nilai cerita yang kuat. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan komposisi visual, kualitas pencahayaan, dan keterwakilan momen sehingga dokumentasi tidak hanya menjadi arsip, tetapi juga menyampaikan narasi acara dengan jelas. Setelah proses seleksi, penulis melakukan penyuntingan ringan pada foto dan video terpilih, seperti penyesuaian warna, pemotongan klip, hingga penambahan elemen visual sederhana agar siap dipublikasikan.

Hasil dari proses dokumentasi pasca-acara ini kemudian disusun dalam bentuk arsip digital dan diserahkan kepada tim publikasi untuk digunakan dalam laporan kegiatan, unggahan media sosial, ataupun materi promosi di masa mendatang. Dengan mengacu pada konsep *visual storytelling*, dokumentasi yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai bukti pelaksanaan acara, melainkan juga memperkuat pesan dan nilai yang ingin disampaikan oleh MNP serta mitra kolaborasi. Tahap *post-event* ini terbukti krusial karena ketika dokumentasi dikelola dengan baik, hasilnya mampu meningkatkan daya tarik publikasi dan memberikan rekam jejak visual yang bernilai jangka panjang (Keeton & Keeton, 2024).

3.3 Kendala yang Ditemukan

Berikut merupakan beberapa kendala yang dialami saat melakukan praktik kerja magang di Biro Relasi dan Kolaborasi MNP sebagai Relation & Collaboration Intern:

1. Koordinasi Antar Pihak yang Belum Optimal

   Dalam pelaksanaan program kolaborasi yang melibatkan berbagai pihak seperti tim internal MNP, mitra eksternal (Lawson), dan peserta, komunikasi menjadi hal yang cukup menantang. Beberapa proses, seperti persetujuan konten dan pengambilan keputusan, membutuhkan waktu lebih karena harus melalui beberapa tahap. Selain itu, tidak semua informasi selalu tersampaikan secara merata kepada seluruh anggota tim, sehingga terkadang perlu klarifikasi lebih lanjut agar semua pihak berada pada pemahaman yang sama.

2. Penyampaian Informasi yang Kurang Merata

   Kegiatan yang berjalan secara simultan dan melibatkan banyak detail membuat penyampaian informasi ke peserta atau tim perlu dilakukan dengan lebih cermat. Dalam beberapa kesempatan, perubahan konsep atau informasi terbaru belum selalu langsung diteruskan ke seluruh tim. Hal ini membuat penyesuaian komunikasi menjadi penting agar semua pihak tetap sejalan.

3. Penyesuaian terhadap Tugas Teknis yang Baru Dijalani

   Selama kegiatan magang, penulis mendapat tanggung jawab untuk menyusun dokumen formal seperti *Implementation Arrangement (IA)* dan *Minutes of Meeting (MoM),* yang sebelumnya belum pernah dikerjakan secara langsung. Meskipun telah mempelajari dasar-dasarnya di perkuliahan, pengalaman ini menjadi kesempatan untuk belajar lebih dalam dan beradaptasi dengan kebutuhan kerja yang sebenarnya.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Terdapat beberapa solusi atas kendala yang dialami saat melakukan praktik kerja magang di Biro Relasi dan Kolaborasi MNP sebagai Relation & Collaboration Intern:

1. Peningkatan Koordinasi Antar Pihak

   Untuk mengatasi hal ini, tim melakukan koordinasi rutin melalui grup WhatsApp dan rapat mingguan. Seluruh anggota tim diberi pembaruan

mengenai perkembangan kegiatan, pembagian tugas, dan tenggat waktu. Selain itu, dibuat *timeline* bersama agar semua pihak memiliki acuan yang sama dan bisa saling mengingatkan jika ada perubahan atau kebutuhan mendesak.

2. Menyusun Panduan Pesan Komunikasi

   Agar informasi tersampaikan secara merata, tim menyusun dokumen pendukung kegiatan seperti *Term of Reference* (TOR) yang berisi penjelasan tentang acara, alur kegiatan, serta arahan komunikasi. Dokumen ini digunakan sebagai referensi saat membuat materi publikasi atau saat memberi penjelasan ke peserta. Dengan cara ini, informasi bisa tetap konsisten meskipun disampaikan oleh tim yang berbeda.

3. Adaptasi dan Mempelajari Penulisan Dokumen Resmi

   Dalam menghadapi tugas-tugas yang belum pernah dikerjakan sebelumnya, penulis mengambil inisiatif untuk belajar secara mandiri dan meminta bantuan dari senior di biro. Selain berkonsultasi langsung, penulis juga mencari referensi format dokumen resmi melalui internet agar proses penulisan bisa lebih sistematis. Hal ini membantu penulis beradaptasi dan memenuhi standar profesionalisme yang diharapkan dalam pelaksanaan kegiatan kolaboratif.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA