

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani program magang di KapanLagi Youniverse (KLY), penulis menempati posisi sebagai *Event Intern* yang berada di bawah departemen *Marketing Communication*, tepatnya di dalam divisi *Event & Strategic*. Posisi ini menempatkan penulis dalam struktur organisasi yang memungkinkan untuk berkontribusi secara langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan berbagai aktivitas *event* perusahaan. Secara hirarkis, penulis bekerja di bawah supervisi dari *Head of Event & Strategic* yang bertanggung jawab mengarahkan dan mengawasi seluruh kegiatan divisi.

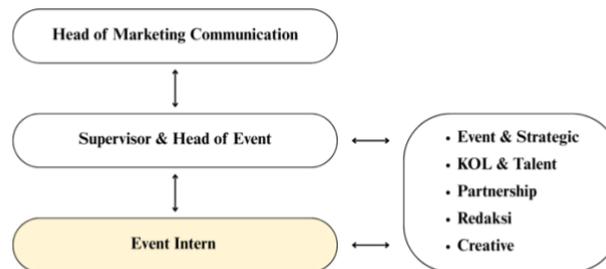
Dalam menjalankan tugas, penulis melakukan koordinasi secara intensif baik dalam lingkup internal divisi *Event & Strategic* maupun lintas divisi. Komunikasi internal mencakup kolaborasi dengan divisi redaksi, *partnership*, hingga *talent management*, tergantung kebutuhan dan tahapan persiapan yang sedang berjalan. Koordinasi ini memastikan setiap elemen pendukung *event* dapat berjalan selaras dan sesuai target yang telah ditetapkan.

Penulis juga bertanggung jawab melakukan komunikasi eksternal yang meliputi pencarian dan survei lokasi *venue*, penyusunan proposal kerja sama untuk klien, serta interaksi dengan mitra seperti sekolah dan *vendor*. Peran ini menuntut kemampuan negosiasi dan penyesuaian komunikasi dengan berbagai pihak demi mencapai kesepakatan dan mendukung kelancaran operasional *event*.

Seluruh proses koordinasi ini berlangsung mulai dari tahap perencanaan strategis, pengelolaan anggaran, pengembangan materi promosi, hingga pelaksanaan *event* di lapangan. Dalam pelaksanaannya, alur komunikasi kerja bersifat fleksibel namun tetap terstruktur. Secara hirarki, arahan kerja berasal dari *Head of Marketing Communication*

yang kemudian disampaikan melalui Supervisi yang sekaligus menjabat sebagai *Head of Event & Strategic* kepada seluruh anggota divisi, termasuk *Event Intern*. Informasi, arahan, dan *feedback* mengalir dari atas ke bawah dan sebaliknya, dimana *Event Intern* juga bertugas melaporkan progres, kendala, serta hasil kerja ke Supervisi dan divisi *Event & Strategic* untuk evaluasi dan tindak lanjut.

Selain itu, *Event Intern* berperan sebagai penghubung utama yang menjalin komunikasi langsung dengan beberapa divisi pendukung, seperti divisi *Key Opinion Leader (KOL) & Talent, Partnership*, dan Redaksi. Interaksi ini bersifat dua arah, di mana kebutuhan dan informasi yang berasal dari divisi-divisi tersebut disampaikan ke divisi *Event & Strategic* untuk integrasi dan penyelarasan kegiatan *event*. Model komunikasi ini menuntut inisiatif dan kepekaan dalam mengelola hubungan antar divisi agar seluruh proses kerja dapat berjalan kolaboratif, responsif, dan efektif.



Gambar 3.1 Gambaran Alur Komunikasi Penulis

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Dengan pola komunikasi yang terstruktur namun tetap dinamis ini, divisi *Event & Strategic* mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dan tantangan yang muncul selama proses persiapan dan pelaksanaan *event*. Alur komunikasi yang jelas juga memastikan bahwa setiap *stakeholder* memahami peran dan tanggung jawabnya sehingga mendukung tercapainya tujuan strategis perusahaan secara optimal.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalani program magang dengan total durasi 640 jam kerja, penulis melaksanakan berbagai tugas yang berkaitan dengan *event management*, antara lain:

1. *Researching*

Melakukan riset dan survei pendukung yang mencakup identifikasi *vendor*, pemilihan mitra potensial, observasi lokasi, serta pengumpulan data preferensi audiens melalui survei. Informasi yang diperoleh digunakan untuk menyusun strategi kegiatan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan target audiens maupun *brand*.

2. *Designing*

Merancang konsep dan strategi *event*, mulai dari *brainstorming* ide, penyusunan alur kegiatan, hingga menentukan kebutuhan teknis dan kreatif sesuai dengan tujuan *brand* atau klien. Selain itu, juga turut serta dalam proses *budgeting* melalui penyusunan *cost proposal* untuk berbagai kebutuhan *event* yang mencakup biaya lokasi, *booth*, hadiah, kru operasional, dan lainnya.

3. *Planning*

Menyiapkan kebutuhan administratif dan logistik *event*, termasuk penyusunan *rundown* kegiatan, daftar kebutuhan per divisi, serta pengumpulan data pendukung lainnya untuk memastikan kelancaraan pelaksanaan *event*. Selain itu, menyusun dan memproduksi materi pendukung *event* seperti katalog *merchandise*, kupon aktivitas, serta *backdrop* untuk keperluan promosi dan interaksi di lokasi acara.

4. *Coordinating*

Melaksanakan komunikasi eksternal dengan *vendor* dan mitra, termasuk menyampaikan kebutuhan teknis dan mendukung koordinasi kemitraan. Di sisi internal, kegiatan mencakup koordinasi antar divisi, diskusi teknis, serta keterlibatan dalam rapat untuk menyampaikan progres terkait *event*. Penulis juga

turut serta dalam perencanaan dan pelaksanaan media visit bersama talent, mulai dari penyusunan jadwal hingga koordinasi kebutuhan antar tim.

5. *Evaluating*

Terlibat langsung dalam pelaksanaan *event* di lapangan, memantau jalannya kegiatan secara *real-time*, serta memastikan seluruh rangkaian *event* berjalan sesuai dengan rencana dan jadwal yang telah ditentukan.

Melalui kegiatan-kegiatan ini, penulis mendapatkan pengalaman praktis dalam dunia *event management* secara menyeluruh, mulai dari tahap perencanaan strategis hingga pelaksanaan di lapangan, serta mengasah kemampuan koordinasi, komunikasi, dan *problem-solving* dalam situasi nyata.

Berikut uraian kerja magang yang dilakukan oleh penulis selama menjadi *Event Intern* di KapanLagi Youniverse (KLY) dalam bentuk tabel:

		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
RESEARCHING	Merancang Konsep dan Strategi Event serta penyusunan Cost Proposal																				
DESIGNING	Melakukan Riset Vendor, Mitra, Lokasi, dan Preferensi Audiens melalui Survei																				
PLANNING	Menyiapkan Kebutuhan Administratif dan Logistik Event Menyusun dan Memproduksi Materi Pendukung Event																				
	Melakukan Komunikasi dengan Vendor dan Pihak Eksternal untuk Koordinasi Kemitraan																				
COORDINATING	Melakukan Koordinasi dan Komunikasi Internal Antar Divisi Perencanaan Media Visit bersama dengan Talent																				
EVALUATING	Terlibat dalam Pelaksanaan Event di Lapangan																				

Gambar 3.2 Tugas Kerja Magang yang dilakukan Penulis
Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam industri *event* dan media digital yang dinamis seperti KapanLagi Youniverse (KLY), penyelenggaraan *event* bukan hanya soal pelaksanaan teknis, melainkan juga merupakan bagian dari proses strategis yang membutuhkan perencanaan menyeluruh, eksekusi yang terkoordinasi, serta evaluasi yang terukur. Dalam konteks tersebut, model Lima Tahapan Manajemen *Event* yang diperkenalkan oleh Dr. Joe Goldblatt menjadi sangat relevan dan aplikatif.

Goldblatt (2020) mengklasifikasikan proses manajemen event ke dalam lima tahap utama, yaitu *Researching*, *Designing*, *Planning*, *Coordinating*, dan *Evaluating*. Kelima tahap ini membentuk suatu alur kerja sistematis yang memadukan pendekatan analitis, kreatif, logistik, dan refleksif secara terpadu. Dengan menerapkan model ini, setiap *event* yang disusun memiliki arah yang jelas, memiliki dasar riset yang kuat, desain pengalaman yang matang, perencanaan teknis yang terperinci, koordinasi antar divisi yang elektif, hingga evaluasi sebagai dasar pengembangan selanjutnya.

Di KapanLagi Youniverse (KLY), *event-event* yang diadakan tidak hanya dirancang untuk dijadikan sebagai bahan hiburan atau promosi, melainkan juga sebagai pengalaman langsung yang dibangun secara strategis untuk menjangkau audiens melalui pendekatan yang relevan dan berdampak. Sebagai seorang *Event Intern*, penulis turut mengambil bagian aktif dalam mendukung pelaksanaan *event-event* tersebut, mulai dari tahap awal hingga akhir. Setiap tugas yang dijalankan membutuhkan ketelitian, kreativitas, serta kemampuan untuk bekerja lintas divisi. Oleh karena itu, untuk menggambarkan pengalaman kerja secara menyeluruh selama masa magang, uraian tugas berikut akan disusun berdasarkan Lima Tahapan Manajemen *Event* (Goldblatt, 2020). Masing-masing tahapan akan dijabarkan secara mendalam untuk menunjukkan bagaimana proses tersebut diterapkan dalam praktik kerja di lingkungan KLY.

3.2.2.1 *Researching*

Tahap *Researching* merupakan proses awal dalam manajemen *event* yang berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Pada tahap ini, penulis terlibat dalam kegiatan riset dan survei untuk mengidentifikasi *vendor*, mitra potensial, serta lokasi penyelenggaraan *event* yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing program. Informasi yang dikumpulkan digunakan untuk menyusun rekomendasi awal yang mendukung tahap perancangan dan perencanaan *event* selanjutnya. Aktivitas yang dilakukan dalam tahap ini meliputi:

- Riset dan Survey *Vendor*, Mitra, dan Lokasi

Penulis secara aktif dilibatkan dalam kegiatan riset dan survei lokasi untuk berbagai program yang dirancang oleh divisi *Event & Strategic* KapanLagi Youniverse (KLY). Tugas ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi *venue* atau lokasi potensial yang sesuai dengan kebutuhan teknis dan karakter *event*, mulai dari kapasitas, aksesibilitas, infrastruktur, hingga potensi *engagement* dengan audiens target.

Dalam pelaksanaannya, penulis terlibat dalam survei lokasi untuk beberapa *event* kecil maupun besar, seperti KapanLagi Buka Bareng (KLBB) 2026, yang difokuskan pada pencarian *venue outdoor* dan *semi-outdoor* dengan fasilitas pendukung yang memadai. Penulis ikut mendokumentasikan proses observasi secara langsung di beberapa lokasi kandidat, serta mencatat kekuatan dan kelemahan dari masing-masing opsi. Salah satu contoh dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 3.3.



Gambar 3.3 Survei Lokasi di Stadion Madya
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Penulis juga dilibatkan dalam survei untuk program KapanLagi Pensi, yaitu *roadshow* kreatif ke sejumlah SMA di daerah Jakarta.

Dalam kegiatan ini, penulis melakukan observasi ke lapangan sekolah maupun GOR yang menjadi kandidat *venue event* puncak yang disebut sebagai BigBang. Selain menilai kelayakan teknis (luas lapangan, ketersediaan listrik, dan fasilitas penunjang lainnya), penulis juga menjalin komunikasi awal dengan pihak sekolah untuk membangun relasi dan mendapatkan persetujuan awal penyelenggaraan *event*. Penulis mencatat seluruh hasil observasi dalam satu *file* yang diketik dengan menggunakan Google Docs.



Gambar 3.4 Survei Lokasi di GOR Soemantri
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

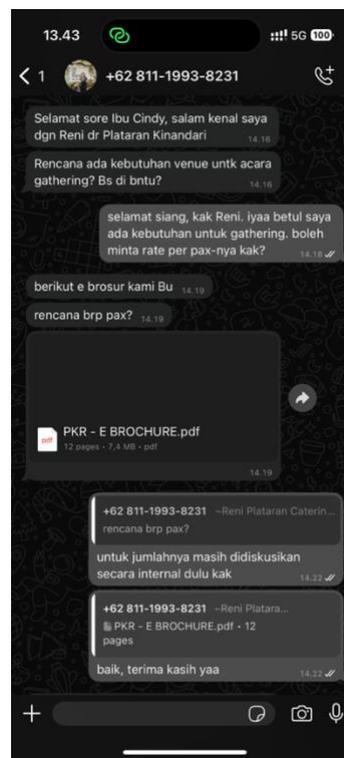


Gambar 3.5 Kegiatan Survei Lokasi di SMAN 91 Jakarta
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Tak hanya itu, dalam program *brand activation* seperti *Key Opinion Leader (KOL) Gathering*, penulis juga melakukan riset lokasi berdasarkan kriteria kapasitas audiens, segmentasi pengunjung, dan kemudahan akses. Data-data tersebut kemudian dikompilasi dalam format Google Spreadsheet dan digunakan sebagai dasar pertimbangan divisi *Event & Strategic* untuk menentukan lokasi final.

No.	Venue	Alamat	Attachment
1	Rendani Levisia II	Jl. Persewaan Tomang II No 1 Blok 11, Marjaya Utara, Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Jakarta 11420	https://www.bhik.com/lokasi/rendani-levisia-ii-11420
2	Tanah Tembak	No. 9, Jl. Arjosari Utara, RT 8/RW 1, Duri Kaya, Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Jakarta 11511	https://www.bhik.com/lokasi/tanah-tembak-11511
3	Bulu Nona	Jl. Paksiwono V3 No 4 Sud Road, RT 5/RW 6, Gunung, Kembangan Baru, South Jakarta City, Jakarta 12120	https://www.bhik.com/lokasi/bulu-nona-12120
4	Bender Djakarta Aseel	Jl. Pantai Indah No 7, Aseel, Kec. Pademangan, RT Utara, Daerah Khusus Jakarta 14420	https://www.bhik.com/lokasi/bender-djakarta-aseel-14420
5	ONNI Garden House	Jl. Lebak Bulus 1 No 9, L3, Bulus, Kec. Cilandak, Jakarta, Daerah Khusus Jakarta 12140	https://www.bhik.com/lokasi/onni-garden-house-12140
6	Anatolia	Jl. Properti KKO Laman dan Mener No 12, Kembangan, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Jakarta 10110	https://www.bhik.com/lokasi/anatolia-10110
7	Alamha Venue	Jl. W. Nita No 1, RT 1/RW 3, Cipinang, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Jakarta 12650	https://www.bhik.com/lokasi/alamha-venue-12650

Gambar 3.6 Riset Lokasi untuk *Event Gathering*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)



Gambar 3.7 Contoh Komunikasi via WhatsApp dengan Pihak Eksternal
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Hasil dari seluruh kegiatan ini adalah berupa dokumen survei dan data komparatif dari berbagai opsi lokasi, yang menjadi bahan evaluasi dan pengambilan keputusan divisi *Event & Strategic*.

Dokumen tersebut berisikan nama lokasi, alamat, kontak yang dapat dihubungi, biaya, hingga gambaran mengenai lokasi tersebut.

Melalui proses ini, penulis merefleksikan pentingnya observasi yang tidak hanya bersifat teknis tetapi juga kontekstual. Misalnya, *venue* yang secara infrastruktur ideal belum tentu cocok secara audiens atau lingkungan sosial. Penulis juga menyadari bahwa laporan survei yang sistematis sangat mempengaruhi keputusan strategi divisi, sehingga akurasi dan kelengkapan data menjadi krusial. Dalam praktiknya, penulis menerapkan prinsip dasar pengumpulan data primer yang relevan dengan konsep *event feasibility study* (O'Toole, 2011), yakni proses analisis awal untuk memastikan apakah sebuah ide perancangan dan konsep *event* layak dilaksanakan berdasarkan kondisi nyata di lapangan.

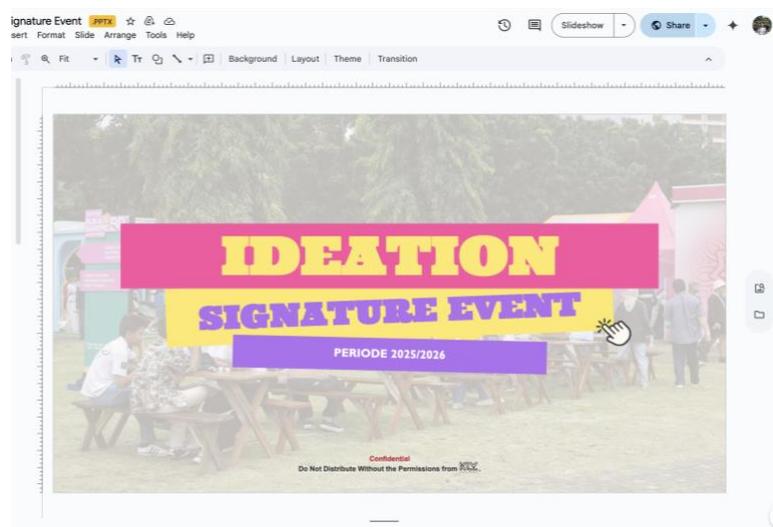
3.2.2.2 *Designing*

Tahap *Designing* berfokus pada perumusan konsep *event* secara menyeluruh, termasuk penentuan alur kegiatan serta estimasi kebutuhan biaya. Dalam tahap ini, penulis berkontribusi dalam proses perencanaan kegiatan dan penyusunan anggaran dasar sebagai landasan untuk pengajuan internal dan pembahasan bersama mitra eksternal. Kegiatan yang termasuk dalam tahap perancangan adalah sebagai berikut:

- Perencanaan Kegiatan dan Penyusunan Anggaran

Tidak hanya dilibatkan dalam pelaksanaan teknis, tetapi penulis juga turut berkontribusi pada tahapan awal perencanaan *event*, mulai dari menyusun ide hingga menyusun estimasi anggaran. Pengalaman ini menjadi salah satu proses belajar paling penting karena menuntut kombinasi antara kreativitas, analisis, dan pemahaman terhadap batasan operasional di lapangan.

Salah satu kontribusi utama penulis adalah dalam proses ideation untuk *Intellectual Property (IP) Event*, yaitu *event-event* berbasis konsep *original* yang dikembangkan oleh KapanLagi Youniverse (KLY) secara internal. Dalam proses ini, penulis membantu memberikan ide juga menyusun *deck ideation*, yaitu dokumen presentasi berisi konsep program, narasi *event*, hingga ide aktivitas yang ada selama *event* berlangsung. Pembuatan *deck* ini bertujuan untuk menjabarkan ide-ide yang ada kepada *stakeholder* internal dari KLY. Hasil pekerjaan penulis dapat dilihat pada Gambar 3.8.



Gambar 3.8 Contoh *Ideation Deck* yang dikembangkan oleh Penulis
Sumber: Dokumen Internal Divisi *Event & Strategic* (2025)

Selain mengembangkan konsep *event*, penulis juga turut dilibatkan dalam *drafting* kegiatan untuk beberapa *event* mendatang, seperti *Fimela Day*, sebuah *event* berskala besar yang menyoroti segmen perempuan muda. Dalam tahapan ini, penulis membantu merancang struktur *event* harian, memberikan saran aktivitas interaktif seperti *beauty talkshow* atau *workshop*, serta

memastikan semua komponen tetap sesuai dengan nilai yang diusung oleh Fimela.

Setelah tahapan *ideation*, penulis juga berperan aktif dalam proses penyusunan anggaran (*budgeting*). Hal ini termasuk penyusunan estimasi biaya yang mencakup berbagai elemen penting, seperti logistik, pengisi *event*, konsumsi peserta dan kru, kebutuhan teknis, serta *fee* untuk *talent* dan kru. Beberapa contoh nyata pekerjaan penulis dalam aspek ini meliputi penyusunan anggaran untuk Shell *Brand Activation* seperti yang ditampilkan dalam Gambar 3.9 berikut.

NO	DESCRIPTION	PRICE	QTY	TIME	PERIOD	TOTAL	REMARKS
PRODUCTION							
1	TRC	Rp. 50,000,000	1	MAX	1 DAY	50,000,000	
2	Partisan	Rp. 25,000,000	1	MAX	1 DAY	25,000,000	
3	Sound					25,000,000	
1	Host	Rp. 3,000,000	1	PKS	1 DAY	3,000,000	
2	Participants for Social Media Activity	Rp. 300,000	100	PKS	1 DAY	30,000,000	
PRODUCTION							
OFFLINE PRODUCTION							
1	SoundSystem	Rp. 6,000,000	1	SKT	1 PKGSD	6,000,000	
2	Custom Booth	Rp. 100,000,000	1	SKT	1 PKGSD	100,000,000	
3	Console Game (Paling Simulasi)	Rp. 8,000,000	1	SKT	1 PKGSD	8,000,000	
4	Sign Wheel	Rp. 3,000,000	1	MAX	1 DAY	3,000,000	
MAN POWER							
1	Project Officer	Rp. 2,000,000	1	UMH	1 PKGSD	2,000,000	
2	Runner & Helper	Rp. 600,000	4	MAX	1 PKGSD	2,400,000	

Gambar 3.9 Contoh *Budgeting* yang dikembangkan oleh Penulis
Sumber: Dokumen Internal Divisi *Event & Strategic* (2025)

Proses ini membuka pengalaman penulis bahwa *budgeting* bukan sekadar menghitung nominal, tetapi juga bagian dari pengambilan keputusan strategis dengan mempertimbangkan hal mana saja yang perlu diprioritaskan, komponen mana yang bisa disubstitusi, dan bagaimana menyesuaikan ekspektasi dengan realitas biaya di lapangan. Penulis juga belajar mengenai pentingnya menyusun *budgeting* yang realistis, namun tetap fleksibel terhadap perubahan tidak terduga. Selain itu, keterlibatan

dalam proses perencanaan ini juga mengajarkan penulis bagaimana menyelaraskan idealisme konsep *event* dengan keterbatasan anggaran, serta memahami bahwa efisiensi bukan berarti mengorbankan kualitas, tetapi justru bagian dari solusi kreatif yang harus dimiliki dalam industri *event management*.

3.2.2.3 *Planning*

Tahap *Planning* mencakup penyusunan rencana teknis dan operasional yang lebih detail. Penulis berperan dalam proses persiapan administratif dan logistik *event*, termasuk pembuatan dokumen pendukung, pengumpulan kebutuhan teknis, serta desain materi yang akan digunakan selama pelaksanaan *event*. Rangkaian kegiatan dalam tahap ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- *Persiapan Administratif dan Logistik Event*

Salah satu tugas utama yang dijalankan penulis adalah terlibat langsung dalam proses persiapan administratif dan logistik menjelang pelaksanaan *event* besar tahunan KapanLagi Buka Bareng (KLBB) 2025. *Event* ini merupakan salah satu agenda *flagship* dari KapanLagi Youniverse (KLY) yang melibatkan banyak pihak, mulai dari internal staff, *volunteer*, *vendor* eksternal, sponsor, hingga tamu undangan. Tujuan utama dari tugas ini adalah memastikan seluruh kebutuhan data dan kelengkapan atribut *event* seperti *ID Card*, *wristband*, dan *complimentary ticket*, tersedia dengan jumlah yang tepat. Oleh karena itu, kesiapan administratif dan kelengkapan atribut logistik menjadi aspek krusial untuk memastikan pelaksanaan *event* berjalan lancar dan profesional.

Dalam kegiatan ini, penulis diberikan tanggung jawab menyusun dan mengelola data *listing* nama-nama pihak yang terlibat, meliputi staff *internal*, *volunteer*, *vendor*, *talent*, hingga

tamu undangan tertentu yang memerlukan akses khusus menggunakan Google Spreadsheet sebagai *tools* utama dalam mengolah data tersebut, dengan struktur kolom yang mencakup nama, divisi, jenis akses, dan jumlah yang dibutuhkan. Tugas ini tidak hanya menuntut ketelitian dalam proses input dan pengelompokan data, namun juga menuntut pemahaman konteks *event* dan siapa saja yang memerlukan identifikasi khusus. Penulis juga melakukan pengecekan akhir agar tidak terjadi kesalahan data yang bisa berdampak fatal saat distribusi di hari H pelaksanaan *event*.

The screenshot shows a Google Spreadsheet with the following structure:

- Column 1-3:** PARTNERSHIP
 - Sub-column 1: MEDIA PARTNER (Rows 1-10)
 - Sub-column 2: HOTEL PARTNER (Rows 11-13)
 - Sub-column 3: FRANCHISE (Rows 14-16)
 - Sub-column 4: FEMALE PK (Rows 17-19)
 - Sub-column 5: BANGS ENTERTAINMENT (Rows 20-22)
 - Sub-column 6: BIKER (Rows 23-25)
 - Sub-column 7: KEMAH (Rows 26-28)
 - Sub-column 8: KEMAH BUKIT (Rows 29-31)
 - Sub-column 9: KEMAH BUKIT 2 (Rows 32-34)
 - Sub-column 10: KEMAH BUKIT 3 (Rows 35-37)
 - Sub-column 11: KEMAH BUKIT 4 (Rows 38-40)
 - Sub-column 12: KEMAH BUKIT 5 (Rows 41-43)
 - Sub-column 13: KEMAH BUKIT 6 (Rows 44-46)
 - Sub-column 14: KEMAH BUKIT 7 (Rows 47-49)
 - Sub-column 15: KEMAH BUKIT 8 (Rows 50-52)
 - Sub-column 16: KEMAH BUKIT 9 (Rows 53-55)
 - Sub-column 17: KEMAH BUKIT 10 (Rows 56-58)
 - Sub-column 18: KEMAH BUKIT 11 (Rows 59-61)
 - Sub-column 19: KEMAH BUKIT 12 (Rows 62-64)
 - Sub-column 20: KEMAH BUKIT 13 (Rows 65-67)
 - Sub-column 21: KEMAH BUKIT 14 (Rows 68-70)
 - Sub-column 22: KEMAH BUKIT 15 (Rows 71-73)
 - Sub-column 23: KEMAH BUKIT 16 (Rows 74-76)
 - Sub-column 24: KEMAH BUKIT 17 (Rows 77-79)
 - Sub-column 25: KEMAH BUKIT 18 (Rows 80-82)
 - Sub-column 26: KEMAH BUKIT 19 (Rows 83-85)
 - Sub-column 27: KEMAH BUKIT 20 (Rows 86-88)
 - Sub-column 28: KEMAH BUKIT 21 (Rows 89-91)
 - Sub-column 29: KEMAH BUKIT 22 (Rows 92-94)
 - Sub-column 30: KEMAH BUKIT 23 (Rows 95-97)
 - Sub-column 31: KEMAH BUKIT 24 (Rows 98-100)
 - Sub-column 32: KEMAH BUKIT 25 (Rows 101-103)
 - Sub-column 33: KEMAH BUKIT 26 (Rows 104-106)
 - Sub-column 34: KEMAH BUKIT 27 (Rows 107-109)
 - Sub-column 35: KEMAH BUKIT 28 (Rows 110-112)
 - Sub-column 36: KEMAH BUKIT 29 (Rows 113-115)
 - Sub-column 37: KEMAH BUKIT 30 (Rows 116-118)
 - Sub-column 38: KEMAH BUKIT 31 (Rows 119-121)
 - Sub-column 39: KEMAH BUKIT 32 (Rows 122-124)
 - Sub-column 40: KEMAH BUKIT 33 (Rows 125-127)
 - Sub-column 41: KEMAH BUKIT 34 (Rows 128-130)
 - Sub-column 42: KEMAH BUKIT 35 (Rows 131-133)
 - Sub-column 43: KEMAH BUKIT 36 (Rows 134-136)
 - Sub-column 44: KEMAH BUKIT 37 (Rows 137-139)
 - Sub-column 45: KEMAH BUKIT 38 (Rows 140-142)
 - Sub-column 46: KEMAH BUKIT 39 (Rows 143-145)
 - Sub-column 47: KEMAH BUKIT 40 (Rows 146-148)
 - Sub-column 48: KEMAH BUKIT 41 (Rows 149-151)
 - Sub-column 49: KEMAH BUKIT 42 (Rows 152-154)
 - Sub-column 50: KEMAH BUKIT 43 (Rows 155-157)
 - Sub-column 51: KEMAH BUKIT 44 (Rows 158-160)
 - Sub-column 52: KEMAH BUKIT 45 (Rows 161-163)
 - Sub-column 53: KEMAH BUKIT 46 (Rows 164-166)
 - Sub-column 54: KEMAH BUKIT 47 (Rows 167-169)
 - Sub-column 55: KEMAH BUKIT 48 (Rows 170-172)
 - Sub-column 56: KEMAH BUKIT 49 (Rows 173-175)
 - Sub-column 57: KEMAH BUKIT 50 (Rows 176-178)
 - Sub-column 58: KEMAH BUKIT 51 (Rows 179-181)
 - Sub-column 59: KEMAH BUKIT 52 (Rows 182-184)
 - Sub-column 60: KEMAH BUKIT 53 (Rows 185-187)
 - Sub-column 61: KEMAH BUKIT 54 (Rows 188-190)
 - Sub-column 62: KEMAH BUKIT 55 (Rows 191-193)
 - Sub-column 63: KEMAH BUKIT 56 (Rows 194-196)
 - Sub-column 64: KEMAH BUKIT 57 (Rows 197-199)
 - Sub-column 65: KEMAH BUKIT 58 (Rows 200-202)
 - Sub-column 66: KEMAH BUKIT 59 (Rows 203-205)
 - Sub-column 67: KEMAH BUKIT 60 (Rows 206-208)
 - Sub-column 68: KEMAH BUKIT 61 (Rows 209-211)
 - Sub-column 69: KEMAH BUKIT 62 (Rows 212-214)
 - Sub-column 70: KEMAH BUKIT 63 (Rows 215-217)
 - Sub-column 71: KEMAH BUKIT 64 (Rows 218-220)
 - Sub-column 72: KEMAH BUKIT 65 (Rows 221-223)
 - Sub-column 73: KEMAH BUKIT 66 (Rows 224-226)
 - Sub-column 74: KEMAH BUKIT 67 (Rows 227-229)
 - Sub-column 75: KEMAH BUKIT 68 (Rows 230-232)
 - Sub-column 76: KEMAH BUKIT 69 (Rows 233-235)
 - Sub-column 77: KEMAH BUKIT 70 (Rows 236-238)
 - Sub-column 78: KEMAH BUKIT 71 (Rows 239-241)
 - Sub-column 79: KEMAH BUKIT 72 (Rows 242-244)
 - Sub-column 80: KEMAH BUKIT 73 (Rows 245-247)
 - Sub-column 81: KEMAH BUKIT 74 (Rows 248-250)
 - Sub-column 82: KEMAH BUKIT 75 (Rows 251-253)
 - Sub-column 83: KEMAH BUKIT 76 (Rows 254-256)
 - Sub-column 84: KEMAH BUKIT 77 (Rows 257-259)
 - Sub-column 85: KEMAH BUKIT 78 (Rows 260-262)
 - Sub-column 86: KEMAH BUKIT 79 (Rows 263-265)
 - Sub-column 87: KEMAH BUKIT 80 (Rows 266-268)
 - Sub-column 88: KEMAH BUKIT 81 (Rows 269-271)
 - Sub-column 89: KEMAH BUKIT 82 (Rows 272-274)
 - Sub-column 90: KEMAH BUKIT 83 (Rows 275-277)
 - Sub-column 91: KEMAH BUKIT 84 (Rows 278-280)
 - Sub-column 92: KEMAH BUKIT 85 (Rows 281-283)
 - Sub-column 93: KEMAH BUKIT 86 (Rows 284-286)
 - Sub-column 94: KEMAH BUKIT 87 (Rows 287-289)
 - Sub-column 95: KEMAH BUKIT 88 (Rows 290-292)
 - Sub-column 96: KEMAH BUKIT 89 (Rows 293-295)
 - Sub-column 97: KEMAH BUKIT 90 (Rows 296-298)
 - Sub-column 98: KEMAH BUKIT 91 (Rows 299-301)
 - Sub-column 99: KEMAH BUKIT 92 (Rows 302-304)
 - Sub-column 100: KEMAH BUKIT 93 (Rows 305-307)
 - Sub-column 101: KEMAH BUKIT 94 (Rows 308-310)
 - Sub-column 102: KEMAH BUKIT 95 (Rows 311-313)
 - Sub-column 103: KEMAH BUKIT 96 (Rows 314-316)
 - Sub-column 104: KEMAH BUKIT 97 (Rows 317-319)
 - Sub-column 105: KEMAH BUKIT 98 (Rows 320-322)
 - Sub-column 106: KEMAH BUKIT 99 (Rows 323-325)
 - Sub-column 107: KEMAH BUKIT 100 (Rows 326-328)

Gambar 3.10 Pendataan *Complimentary Ticket* untuk KLBB 2025
 Sumber: Dokumen Internal Divisi *Event & Strategic* (2025)



Gambar 3.12 Pengklasifikasian *ID Card* berdasarkan Divisi
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Melalui kegiatan ini, penulis tidak hanya belajar mengenai pentingnya ketelitian dalam pekerjaan administratif, namun juga memahami betapa pentingnya logistik sebagai pendukung sebuah *event*. Ketepatan data, efisiensi distribusi, serta komunikasi lintas divisi menjadi elemen yang sangat menentukan keberhasilan pelaksanaan di lapangan. Pengalaman ini memberi wawasan praktis mengenai manajemen logistik *event* dan memperkuat kompetensi penulis dalam menghadapi dinamika kerja nyata di industri kreatif dan *event management*.

- *Desain Materi Pendukung Event*

Penulis juga berkontribusi dalam pembuatan materi visual dan desain pendukung *event*. Dalam pelaksanaan KapanLagi Buka Bareng (KLBB) 2025, penulis berperan aktif dalam merancang dan memproduksi berbagai materi visual sebagai bagian dari divisi *Event & Strategic*. Tugas ini bertujuan untuk mendukung kelancaran teknis *event* sekaligus memperkuat identitas visual *event* di mata audiens. Materi desain yang dibuat meliputi kupon aktivitas peserta, katalog *merchandise*, hingga *backdrop* sponsor untuk area

panggung utama. Ketiga materi tersebut menjadi elemen penting dalam membentuk pengalaman pengunjung yang menarik, informatif, dan sesuai dengan citra *brand* yang ingin ditampilkan oleh KapanLagi Youniverse (KLY), yaitu *fun*, *youthful*, dan *engaging*.

Proses pengerjaan materi visual dimulai dari diskusi dengan divisi *Event & Strategic* dan *Partnership* untuk memahami kebutuhan konten dan arah visual masing-masing desain. Penulis menggunakan *software* Canva Pro untuk membuat desain secara mandiri, namun tetap melalui alur revisi dan *approval* yang melibatkan atasan dan divisi terkait. Seluruh proses mulai dari pembuatan konsep awal, *layout*, pemilihan warna, hingga penyesuaian elemen *brand partner* dilakukan dengan memperhatikan detail teknis dan komunikasi visual yang efektif.

Salah satu hasil desain yang dikerjakan adalah kupon aktivitas peserta, yang diberikan saat pengunjung membeli produk *merchandise* dengan minimal pembelian tertentu. Kupon tersebut nantinya akan ditukar ke *booth workshop* yang ada di lokasi. Kupon ini dirancang agar mudah dibaca, ringkas informasinya, dan menarik secara visual dengan mengadaptasi warna-warna cerah dan ilustrasi yang mencerminkan semangat festival Ramadhan.



Gambar 3.13 Desain Kupon Aktivitas yang Dirancang Penulis
Sumber: Dokumen Internal Divisi *Event & Strategic* (2025)

Selain itu, penulis juga membuat katalog *merchandise* yang menampilkan produk eksklusif atau *merchandise* dari KapanLagi Buka Bareng (KLBB) 2025, seperti kaos, *tote bag*, botol minum, dan *scarf*. Katalog ini dibuat dalam dua versi, yaitu versi bergambar dengan *mock up* produk, dan versi teks untuk daftar yang lebih jelas. Dalam proses desainnya, penulis memperhatikan aspek komposisi visual, keterbacaan, dan konsistensi warna dengan tema utama *event*. Dokumentasi katalog saat pelaksanaan *event* ditunjukkan dalam Gambar 3.14.



Gambar 3.14 Katalog *Merchandise* KLBB 2025

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Materi dengan tingkat eksposur tertinggi yang ditangani penulis adalah desain *backdrop* sponsor untuk area panggung utama, yang ditampilkan selama pertunjukkan Nadin Amizah dengan Sal Priadi. *Backdrop* ini menampilkan logo sponsor dan elemen dekoratif khas dari KapanLagi Buka Bareng (KLBB) 2025 yang harus terlihat jelas di tengah pencahayaan panggung dan keramaian penonton. Oleh karena itu, pemilihan tata letak dan isi menjadi aspek krusial dalam proses desainnya. Pengaplikasian *backdrop* hasil rancangan penulis di lapangan selama penampilan berlangsung dapat dilihat pada Gambar 3.15.



Gambar 3.15 Penggunaan Desain *Backdrop* yang Dirancang Penulis
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Seluruh proses pembuatan materi visual ini tidak hanya menuntut kreativitas, tetapi juga pemahaman terhadap karakter audiens serta citra yang ingin dibangun oleh perusahaan. Dalam hal ini, penulis mengacu pada empat prinsip dasar desain grafis yang membuat hasil desain menjadi lebih terstruktur, mudah dibaca, dan menarik (Wiliams, 2014), yaitu:

1. *Contrast*, yang berarti menciptakan perbedaan mencolok antar elemen (misalnya warna, ukuran huruf, atau bentuk) agar informasi penting mudah ditangkap dan desain terlihat dinamis.
2. *Repetition*, yaitu pengulangan elemen visual seperti warna, garis, atau ikon untuk menciptakan konsistensi dan memperkuat identitas visual.
3. *Alignment*, yaitu keterkaitan posisi antara satu elemen dengan yang lainnya agar tampilan keseluruhan menjadi rapi dan terorganisir.

4. *Proximity*, yaitu menempatkan elemen yang saling berhubungan secara berdekatan agar pembaca lebih mudah memahami struktur dan makna informasi yang disampaikan.

Melalui pengalaman ini, penulis memahami bahwa desain bukan hanya soal keindahan visual, tetapi juga tentang komunikasi dan fungsi. Tantangan terbesar justru terletak pada bagaimana menyampaikan pesan yang padat dalam media visual yang terbatas, serta bagaimana menyesuaikan desain dengan kebutuhan lapangan yang dinamis. Proyek ini juga memperluas wawasan penulis dalam penggunaan *tools* desain profesional dan mengasah kemampuan berkoordinasi lintas divisi, khususnya dalam menjaga konsistensi *branding* antar elemen visual. Refleksi dari proses ini menunjukkan bahwa keberhasilan desain dalam konteks *event* tidak ditentukan oleh estetika semata, tetapi juga oleh kemampuan menyampaikan informasi secara jelas dan menarik sesuai dengan karakter audiens yang dituju.

3.2.2.4 *Coordinating*

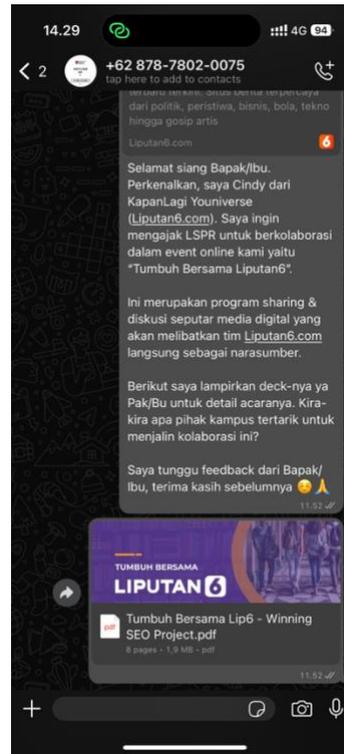
Tahap *Coordinating* menekankan pada sinkronisasi kerja antar berbagai pihak untuk memastikan pelaksanaan *event* berjalan sesuai rencana. Penulis menjalankan peran aktif dalam komunikasi eksternal dengan mitra serta koordinasi internal dengan berbagai divisi di lingkungan perusahaan. Aktivitas koordinatif yang dilakukan dalam tahap ini antara lain adalah:

- Komunikasi Eksternal dan Koordinasi Kemitraan

Tugas lainnya yang dijalankan oleh penulis adalah menjalin komunikasi awal dengan pihak eksternal, khususnya institusi pendidikan seperti sekolah dan kampus, dalam rangka pelaksanaan *event-event* seperti KapanLagi Pensi dan Tumbuh Bersama

Liputan6. Tujuan utama dari aktivitas ini adalah membangun relasi kelembagaan sekaligus memastikan adanya kolaborasi yang saling menguntungkan antara pihak penyelenggara dan mitra eksternal. Dalam konteks ini, komunikasi eksternal menjadi bagian dari strategi koordinasi kemitraan yang bersifat jangka menengah hingga panjang.

Proses kerja yang dilakukan penulis dimulai dari mengidentifikasi target institusi, menyusun materi komunikasi seperti proposal, *brief* program, hingga merancang narasi komunikasi yang relevan dengan karakter audiens masing-masing institusi. Untuk program KapanLagi Pensi, penulis menghubungi berbagai sekolah menengah atas melalui email kepada pihak sekolah atau WhatsApp kepada pihak OSIS. Sedangkan, untuk program Tumbuh Bersama Liputan6 yang menyasar ke pihak internal kampus atau dosen, penulis menghubungi melalui email dan WhatsApp dengan format yang lebih formal dan profesional. Aktivitas ini ditunjukkan pada Gambar 3.16 yang mendokumentasikan komunikasi pendekatan awal ke pihak sekolah dan kampus.



Gambar 3.16 Contoh Komunikasi via WhatsApp dengan Pihak Eksternal
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Hasil dari proses komunikasi ini adalah terbukanya peluang kolaborasi dengan beberapa institusi pendidikan, serta meningkatnya *awareness* terhadap program internal KapanLagi Youniverse (KLY) di kalangan pelajar dan mahasiswa. Penulis juga berhasil menyampaikan proposal yang diterima baik oleh pihak eksternal, ditunjukkan dari *feedback* positif serta tindak lanjut dalam bentuk pertemuan daring maupun kunjungan lokasi.

Refleksi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa komunikasi eksternal dalam *event management* tidak cukup hanya bersifat informatif, melainkan juga harus bersifat strategis dan adaptif. Dalam hal ini, penulis mengacu pada teori *Agenda Setting*, yang menyatakan bahwa institusi komunikasi memiliki kekuatan dalam

membentuk isu yang dianggap penting oleh publik (Tamburaka, 2012). Melalui komunikasi yang tepat sasaran, penyampaian program dapat diarahkan untuk membentuk persepsi dan respons positif sejak awal interaksi. Pengalaman ini memberikan pemahaman kepada penulis mengenai pentingnya konteks, *timing*, serta gaya komunikasi yang sesuai dalam membangun kerja sama eksternal yang efektif dan berkelanjutan.

- Komunikasi Internal dan Koordinasi Antar Divisi

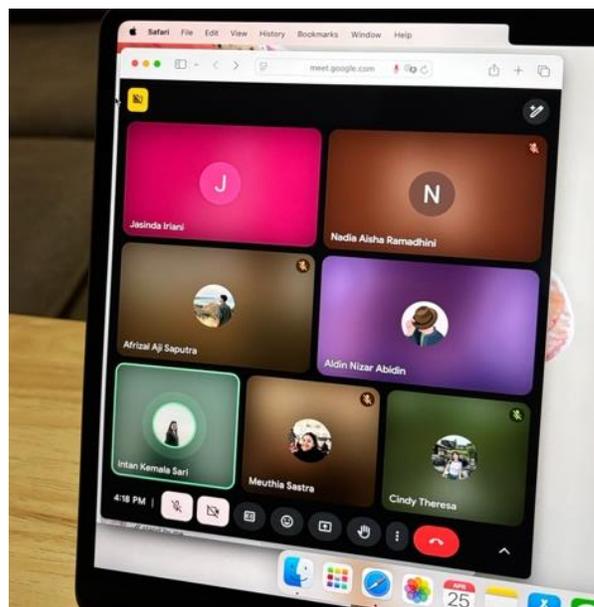
Selain terlibat langsung dalam aktivitas *event* lapangan, penulis juga terlibat dalam proses koordinasi internal yang menjadi fondasi utama dalam pelaksanaan *event-event* mendatang. Tugas ini bertujuan untuk memastikan seluruh divisi yang terlibat dalam kegiatan operasional, kreatif, media, dan eksekusi lapangan memiliki pemahaman yang selaras terhadap *timeline*, kebutuhan teknis, dan alur kerja masing-masing.

Sebagai bagian dari divisi *Event & Strategic*, penulis berperan aktif dalam mendukung kelancaran komunikasi internal dengan mengikuti berbagai agenda koordinasi, baik dalam bentuk rapat rutin, penyusunan notulen, hingga pengelolaan dokumen teknis seperti daftar kebutuhan *event* dan pengaturan *timeline*. Koordinasi ini dilakukan secara berkala bersama dengan *General Manager Marketing Communication*, juga divisi-divisi lainnya untuk memastikan seluruh tim bekerja serempak sesuai dengan *timeline*.

Proses pelaksanaan tugas ini dimulai dari menghadiri dan mencatat poin-poin penting dalam rapat koordinasi, kemudian menuangkannya dalam bentuk notulen yang disusun dengan rapi. Selama proses berlangsung, penulis dituntut untuk bersikap sigap

dalam menangkap perubahan-perubahan teknis yang bersifat dinamis dan seringkali berubah dalam waktu singkat. Tidak hanya dalam bentuk *meeting*, namun penulis juga seringkali melakukan koordinasi dalam bentuk *private chat*, atau diskusi secara langsung untuk menanyakan beberapa hal teknis terkait pelaksanaan *event*.

Sebagai contoh, dalam salah satu koordinasi internal untuk membahas mengenai *event* KapanLagi Buka Bareng (KLBB) 2025, penulis ikut serta dalam *meeting offline* yang dilaksanakan untuk melakukan *update progress* bersama dengan divisi lain. Selain itu, penulis juga pernah mengikuti *meeting online* yang diadakan untuk membahas mengenai persiapan dan perencanaan *event* lainnya.



Gambar 3.17 *Meeting* Internal Antar Divisi
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Melalui kegiatan ini, penulis mendapatkan pemahaman bahwa koordinasi internal bukan sekadar pertukaran informasi, melainkan proses strategis untuk menjaga kohesi kerja tim. Koordinasi yang baik berdampak langsung pada efektivitas pelaksanaan *event*, serta

membantu meminimalisir miskomunikasi yang bisa menghambat kelancaran *event*. Dalam praktiknya, pengalaman ini membuktikan mengenai betapa pentingnya *soft skills* seperti komunikasi lintas divisi, ketelitian, dan kemampuan menyampaikan informasi secara ringkas namun jelas kepada pihak lainnya.

- Perencanaan dan Pelaksanaan *Media Visit*

Salah satu bentuk kontribusi konkrit adalah dalam perencanaan *media visit* bersama *talent* yang bekerja sama dengan KapanLagi Buka Bareng (KLBB) 2025. Kegiatan *media visit* ini merupakan bagian dari strategi komunikasi untuk memperkuat eksposur *event* melalui *platform* pemberitaan dan publikasi digital.

Dalam proses ini, penulis berperan dalam menyusun alur kunjungan, serta pendataan kru yang akan hadir. Proses ini dimulai dari pembuatan daftar *talent* yang akan hadir, hingga identifikasi waktu dan tempat. Penulis menyusun *file* dengan menggunakan Google Spreadsheet yang mencakup nama *talent*, jam kunjungan, jumlah kru yang dibawa oleh *talent*, serta jumlah kru internal yang terlibat dalam *media visit*. Pekerjaan ini membutuhkan ketelitian serta komunikasi yang jelas dengan berbagai pihak internal maupun eksternal, terutama ketika berkaitan dengan *talent management* dan kebutuhan pihak media. Salah satu bentuk keterlibatan penulis dalam tahap ini ditampilkan dalam Gambar 3.18, yang memperlihatkan jadwal *media visit* beserta jumlah kru yang akan hadir dalam setiap sesi.

DAFTAR UNDANGAN MEDIA VISIT KLBB RABU, 5 MARET 2025 (14.00 - 15.00)			DAFTAR UNDANGAN MEDIA VISIT KLBB KAMIS, 6 MARET 2025 (16.00 - 17.00)		
No.	Name Talent	Jumlah	No.	Name Talent	Jumlah
1	VISIT	7	1	Teddy Adhitya	8
2	Collagen - Crew Talent	5	2	Collagen - Crew Talent	5
CREW			CREW		
No.	Divisi	Jumlah	No.	Divisi	Jumlah
1	Receps	8	1	Receps	9
2	KOL	2	2	KOL	2
3	Event	5	3	Event	5
4	Partnership	3	4	Partnership	3
		30			32

Gambar 3.18 Jadwal dan Daftar Hadir *Media Visit*
 Sumber: Dokumen Internal Divisi *Event & Strategic* (2025)

Dengan menyusun jadwal *media visit* dengan rapi, kegiatan ini berjalan dengan lancar dan berhasil menyajikan berbagai konten eksklusif dari *talent* yang dipublikasikan melalui akun media sosial KapanLagi.com selaku *organizer* dari *event* KapanLagi Buka Bareng (KLBB) 2025. Salah satu *output*-nya dalah cuplikan konten dari Teddy Adhitya yang sedang diwawancarai oleh salah satu anggota divisi Media Sosial KapanLagi Youniverse (KLY) yang dapat dilihat pada Gambar 3.19 berikut:



Gambar 3.19 Hasil Konten *Media Visit* bersama Teddy Adhitya
Sumber: Instagram @kapanlagicom (2025)

3.2.2.5 *Evaluating*

Berbeda dari konsep evaluasi *post-event* secara umum, dalam praktik di KapanLagi Youniverse (KLY), tahap *Evaluating* juga mencakup pelaksanaan teknis di lapangan sebagai bagian dari pengukuran langsung terhadap keberhasilan perencanaan. Penulis berkontribusi dalam operasional lapangan saat *event* berlangsung, termasuk *monitoring* pelaksanaan aktivitas serta pencatatan temuan untuk evaluasi. Uraian kegiatan dalam tahap ini adalah sebagai berikut:

- Operasional Lapangan Saat *Event*

Selama hari pelaksanaan program magang, penulis berkesempatan untuk terlibat langsung dalam operasional lapangan, sebuah peran krusial yang menguji kemampuan beradaptasi dalam

kondisi dinamis. Pengalaman ini menjadi bagian yang sangat penting dalam memahami proses implementasi dari seluruh tahapan yang telah dirancang dalam perencanaan *event*.

Pada saat KapanLagi Buka Bareng (KLBB) 2025, penulis dipercaya untuk bertugas di *booth* KapanLagi Youniverse (KLY). Tugas utama dalam peran ini adalah melayani pengunjung yang ingin menukarkan *voucher* dari sponsor, serta mendampingi partisipasi peserta dalam berbagai *activation* yang tersedia di *booth*. *Activation* ini dirancang untuk meningkatkan *engagement* pengunjung terhadap *brand* dan program yang dibawa oleh KLY. Dalam menjalankan tugas ini, penulis tidak hanya dituntut untuk cepat tanggap, tetapi juga mampu menjaga suasana *booth* tetap kondusif dan atraktif di tengah keramaian pengunjung.



Gambar 3.20 Kupon *Activation* di *Booth* Youniverse
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)



Gambar 3.21 *Booth Youniverse*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Pada *event* lain, yaitu *Tumbuh Bersama Liputan6*, penulis terlibat dalam operasional *event online*, sebuah format yang berbeda dari segi tantangan teknis dan koordinatif. Di *event* ini, penulis bertugas untuk memastikan sesi tanya jawab yang bersifat *online* dapat disampaikan kepada *host*, serta disampaikan kepada narasumber agar bisa menjawab dengan tepat. Meskipun tampak sederhana, peran ini berkontribusi besar terhadap pengalaman audiens secara keseluruhan, terutama dalam menjaga *flow* komunikasi agar tetap interaktif namun rapi. Dokumentasi kegiatan ini ditampilkan pada Gambar 3.22.



Gambar 3.22 Pelaksanaan *Event* Tumbuh Bersama Liputan6
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Melalui keterlibatan langsung ini, penulis mengembangkan kemampuan *problem solving* secara *real-time*, serta memperkuat *softskill* seperti komunikasi interpersonal, ketahanan kerja dalam tekanan, hingga fleksibilitas terhadap perubahan situasi di lapangan. Di sisi lain, pengalaman ini juga memperkuat pemahaman bahwa keberhasilan sebuah *event* tidak hanya terletak pada kemeriahan panggung utama, tetapi juga pada kekompakan sistem kerja di balik layar yang dijalankan secara simultan dan responsif.

3.3 Kendala

Selama menjalani magang di KapanLagi Youniverse (KLY), terdapat beberapa kendala umum yang teridentifikasi dalam proses pelaksanaan kegiatan magang. Kendala-kendala ini tidak hanya memengaruhi efektivitas kerja tim, tetapi juga

menjadi tantangan yang perlu diperhatikan untuk perbaikan sistem kerja ke depannya. Adapun beberapa kendala utama yang dialami penulis adalah sebagai berikut:

1. Budaya Kerja yang Cenderung Dilakukan Mendekati Tenggat Waktu

Salah satu pola kerja yang cukup menonjol di lingkungan kerja yang dinamis seperti KapanLagi Youniverse (KLY) adalah kecenderungan penyelesaian tugas yang dilakukan mendekati batas waktu pelaksanaan (*last minute execution*). Hal ini seringkali terjadi karena banyaknya perubahan yang terjadi selama proses perencanaan, serta jadwal kerja tim yang padat.

2. Ketergantungan pada Konfirmasi dari Pihak Tertentu

Pelaksanaan event di lingkungan kerja media digital memerlukan koordinasi dengan berbagai pihak. Dalam praktiknya, banyak proses kerja yang bergantung pada konfirmasi dari pihak tertentu, seperti *approval* desain, persetujuan *rundown*, hingga detail-detail lain dari tim internal maupun pihak eksternal. Ketika proses konfirmasi mengalami keterlambatan, maka alur kerja tim lainnya turut terdampak, dan akibatnya, sejumlah tahapan pelaksanaan harus disesuaikan ulang dalam waktu yang terbatas sehingga menurunkan efisiensi dan meningkatkan risiko terjadinya penumpukan tugas.

3.4 Solusi

Sebagai upaya dalam melakukan evaluasi terhadap kendala-kendala tersebut, berikut adalah beberapa cara untuk meningkatkan efektivitas kerja dan mengurangi potensi hambatan serupa:

1. Memperkuat *Time Management* dan Evaluasi Berkala

Untuk mengurangi kecenderungan penyelesaian pekerjaan mendekati tenggat waktu, diperlukan penguatan dalam perencanaan proyek yang mencakup penyusunan *timeline* secara lebih rinci. Setiap fase kegiatan sebaiknya dilengkapi

dengan evaluasi berkala untuk meninjau progres dan mengidentifikasi potensi hambatan sejak awal.

2. Penetapan *Deadline* Internal yang Jelas dan Konsisten

Untuk mengatasi kendala ketergantungan terhadap konfirmasi dari pihak tertentu, perlu diterapkan penetapan *deadline* yang jelas dan konsisten bagi setiap tahapan pekerjaan. *Deadline* ini ditentukan lebih awal dari *deadline* resmi yang ditetapkan oleh divisi atau pihak lain, sehingga terdapat waktu yang cukup untuk melakukan penyesuaian jika terjadi keterlambatan. Dengan adanya batas waktu internal, maka seluruh tim akan memiliki panduan yang lebih terstruktur dalam menyelesaikan tugas dan tidak sepenuhnya bergantung pada kecepatan respon dari pihak lain.