BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan magang di Yayasan Udara Anak Bangsa (Bicara Udara) dilakukan langsung oleh Hope Theophilus Soelaiman, mahasiswa dari Universitas Multimedia Nusantara. Dalam kegiatan ini, pemagang menjalankan peran sebagai *Community & Event Intern* yang bertanggung jawab mendukung kerja Departemen *Community* dan *Head of Program* dalam merancang serta menyelenggarakan program berbasis *event*. *Event* atau kegiatan menjadi salah satu sarana komunikasi yang sering digunakan oleh perusahaan maupun institusi untuk membangun pengenalan dan kedekatan dengan audiens mereka (Uhai et al., 2021). Selain itu, pemagang juga berperan dalam membangun relasi dan kolaborasi dengan komunitas untuk mendorong advokasi isu polusi udara secara luas, baik melalui *platform* media sosial maupun penyelenggaraan kegiatan luring. Departemen *Community* sendiri berada di bawah kepemimpinan Primadita Rahma E selaku *Head of Program* dan didukung oleh satu orang *intern* lainnya.

Pelaksanaan kerja magang merupakan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar, memperoleh pengalaman praktis, dan mengenal lebih dekat dunia profesional. Selama menjalani masa magang di Yayasan Udara Anak Bangsa (Bicara Udara), pemagang secara aktif terlibat dalam berbagai aktivitas dan pekerjaan organisasi. Sistem kerja yang diterapkan di Yayasan Udara Anak Bangsa (Bicara Udara) bersifat berbasis proyek (*project-based*), di mana pemagang diberikan tanggung jawab untuk menangani sejumlah program besar dalam periode magang selama empat bulan. Beberapa kegiatan yang dikerjakan meliputi menjadi salah satu penanggung jawab pelaksanaan program *Biru Voices Ambassadors 2025* yang mencakup rangkaian kegiatan seperti *roadshow*, proses seleksi dan pelatihan (*academy*), membantu dalam *content creation* dan *copywriting*, dan menjadi *supporting team* di program *Biru School Alliance* sebagai *Music Director*.

Dalam menjalankan seluruh tanggung jawabnya, pemagang secara aktif terlibat dalam berbagai tahapan penting, mulai dari sesi *brainstorming* ide awal untuk perencanaan *event* atau kolaborasi, pemilihan narasumber, penyusunan dokumen seperti ToR dan MoU, hingga pelaksanaan kegiatan bersama Departemen *Community*. Dalam buku *Komunikasi dan Komunikasi Digital*, komunikasi dua arah adalah proses pertukaran pesan yang melibatkan respons timbal balik antara pengirim pesan dan penerima pesan (Muslim et al., 2022) . Proses komunikasi dalam pelaksanaan tugas-tugas tersebut dilakukan melalui koordinasi intensif antar tim. Tahapan dimulai dari pemberian *brief* singkat oleh *Head of Program*, yang kemudian meminta pemagang untuk menyusun dan mengembangkan konsep awal suatu program atau kerja sama. Setelah ide awal dirancang, pemagang akan melakukan asistensi dan diskusi lanjutan bersama *Head of Program* untuk mendapatkan persetujuan. Selanjutnya, ide dan persiapan yang telah dirancang akan disampaikan oleh *Head of Program* dalam rapat mingguan (*weekly meeting*) bersama pimpinan. Apabila telah mendapatkan persetujuan dalam rapat tersebut, pemagang akan melanjutkan proses eksekusi, seperti menjalin komunikasi dengan calon kolaborator bersama *Head of Program*, menyusun proposal, ToR, dan MoU, serta bertindak sebagai PIC (*Person in Charge*) yang bertanggung jawab atas jalannya komunikasi dan koordinasi dengan pihak eksternal atau mitra kolaborasi.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Pemagang menjalankan berbagai jenis tugas yang mencakup seluruh tahapan manajemen acara (*event management*), mulai dari *research, design, planning, coordination & evaluation.* Setiap tahapan tersebut melibatkan koordinasi dengan berbagai pihak dan menuntut pemahaman dasar mengenai manajemen acara (*event management*). Selain itu, pemagang juga memegang peran sebagai penghubung utama dalam kerja sama eksternal, sehingga keterampilan komunikasi, baik dengan tim internal maupun mitra eksternal, menjadi aspek penting yang senantiasa digunakan sepanjang proses magang berlangsung.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Sebagai *Community & Event Intern,* pemagang memiliki tanggung jawab utama dalam merancang *event* yang efektif dan tepat sasaran. Perancangan *event* bertujuan untuk menjangkau audiens melalui berbagai media dan pendekatan strategis.

Event management merupakan aktivitas profesional yang mengumpulkan individu dalam suatu acara dengan tujuan tertentu, seperti edukasi, perayaan, atau promosi. Proses ini mencakup riset, perancangan konsep, penyusunan rencana, koordinasi, hingga pelaksanaan kegiatan (Goldblatt, 2013).

Sebuah komunitas ditandai oleh adanya ikatan emosional, rasa kepemilikan kolektif, dan kepercayaan bahwa kebutuhan anggota akan terjamin melalui komitmen bersama (McMillan & Chavis, 1986).

Dalam praktiknya, pemagang mengikuti lima tahap *event management* yang meliputi ***Research, Design, Planning, Coordination, dan Evaluation***. Selain itu, pemagang juga mendukung tim media sosial dengan menyusun *content brief* untuk akun Instagram Bicara Udara.

Berikut adalah tugas utama dan tugas tambahan yang dilakukan oleh seorang *Community & Event Intern* pada Bicara Udara dalam aktivitas kerja magang:

Tugas utama yang dilakukan:

1. Persiapan *Biru Voices Ambassadors* 2025

Tugas tambahan yang dilakukan:

1. Membuat *content* dan *copywriting (Script)*
2. *Supporting team* program *Biru School Alliance (Music Director)*

No	Nama Kegiatan	Penjelasan Aktivitas	Waktu Pelaksanaan Magang																		
			Februari	Maret					April				Mei					Juni			
			5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
1.	Persiapan *Biru Voices Ambassadors* 2025	1. Membuat ToR, MoU, dan surat undangan narasumber. 2. Menjadi penanggung jawab untuk kegiatan *Roadshow* sebagai ajang promosi *Biru Voices Ambassadors* 2025. 3. Mencari kolaborator yang berpotensi dari berbagai komunitas yang relevan untuk kegiatan *Roadshow*. 4. Menjadi PIC (Narahubung) untuk kolaborator Yayasan Udara Anak Bangsa (Bicara Udara).																			
2.	Membuat *content & copywriting*	Membuat *content brief* untuk kolaborasi konten bersama kolaborator Yayasan Udara Anak Bangsa (Bicara Udara) dalam kegiatan *Roadshow*.																			
3.	*Supporting Team* program *Biru School Alliance (Music Director)*	Merancang urutan lagu yang sesuai untuk *Performance Theater* di Global Prestasi School, Bekasi.																			

Tabel 3.1 Tugas *Community & Event Intern*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pemagang terlibat dalam beragam aktivitas, mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan acara, yang melibatkan koordinasi dengan berbagai pihak, baik internal maupun eksternal. Seluruh proses tersebut menuntut penguasaan dasar serta keterampilan dalam bidang manajemen acara (*event management*).

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Sejalan dengan konteks yang telah diuraikan, berikut penjabaran tugas dan tanggung jawab yang dilaksanakan oleh pemagang pada posisi *Community & Event Intern* di Departemen *Community* Yayasan Udara Anak Bangsa (Bicara Udara):

A. Persiapan *Biru Voices Ambassadors* 2025

Pada tahun 2025, Yayasan Udara Anak Bangsa (Bicara Udara) kembali menyelenggarakan program *Biru Voices Ambassadors*. Inisiatif ini bertujuan untuk memilih duta-duta udara bersih yang akan berperan aktif dalam tiga area utama: advokasi kebijakan publik, pembangunan kampanye kesadaran, dan pendorongan kemauan politik yang pro-lingkungan terkait isu polusi udara. Untuk mencapai hal tersebut, program ini memberikan edukasi dan pembekalan kepada para pemimpin komunitas (*community leader*) dan kreator konten (*content creator*). Sasaran rekrutmen utamanya adalah orang tua muda (*young parents*), khususnya para ibu, yang akan dicetak menjadi *campaigner* efektif melalui *platform* kampanye publik Bicara Udara.

Sebagai *Community & Event Intern*, pemagang terlibat sejak tahap awal persiapan program *Biru Voices Ambassadors* 2025. Pemagang dipercaya untuk mengelola *Roadshow* yang bertujuan menjalin kerja sama dengan komunitas dan NGO yang relevan, seperti komunitas perempuan, *urban society*, dan komunitas lingkungan.

Pada tahap awal, *Head of Program* menginstruksikan pemagang untuk menyusun *Term of Reference* (ToR). Dokumen ini digunakan

sebagai penawaran kerja sama kepada komunitas yang dituju. Perjanjian kerja sama sendiri merupakan kesepakatan untuk menyatukan sumber daya demi mencapai tujuan bersama (Pantow et al., 2020).

Umumnya, perjanjian tersebut memuat tujuan, ruang lingkup, hak dan kewajiban, serta mekanisme penyelesaian sengketa (Nainggolan, 2023). ToR menjadi landasan yang menjelaskan konsep dan tujuan kolaborasi. Dalam konteks *event*, analisis situasi juga penting agar selaras dengan ekspektasi pemangku kepentingan (Goldblatt, 2013).

Pemagang menyusun ToR dengan meriset jurnal, menyesuaikan topik dengan narasumber, serta menyelaraskan dengan tema acara. Proses penyusunan dilakukan selama 2–3 hari. Pemagang juga menentukan isu, waktu pelaksanaan, dan konsep utama berdasarkan hasil riset *digital*.

Namun, *draft* pertama ToR mengalami banyak revisi karena pelaksanaan *event* belum mencapai finalisasi. Pembimbing lapangan mengubah sebagian besar kontennya. Proses revisi terjadi sebanyak 3 hingga 4 kali.

Dalam 5 tahap konsep *event management,* penyusunan ToR termasuk tahap ***Research*** dan ***Design***. Pemagang melakukan riset topik yang relevan, lalu merancang konsep acara, alur kegiatan, dan tujuan *event* secara menyeluruh.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Term of Reference
Bicara Udara (Yayasan Udara Anak Bangsa) x Mom Influencer Indonesia
Roadshow Biru Voices Ambassadors 2025
"Ibu Kreatif, Anak Aktif: Workshop Konten dan Edukasi Polusi Udara"
Sabtu, 10 Mei 2025

A. Latar Belakang

Polusi udara merupakan salah satu ancaman serius bagi kesehatan masyarakat di kota-kota besar di dunia, termasuk Indonesia. Data dari World Health Organization (WHO) menunjukkan bahwa sekitar 90% penduduk dunia menghirup udara yang tercemar, dan polusi udara menyebabkan sekitar 7 juta kematian prematur setiap tahunnya. Salah satu faktor yang memperburuk kualitas udara di perkotaan adalah minimnya Ruang Terbuka Hijau (RTH), yang berperan sebagai penyaring alami polutan dan penyedia oksigen. Menurut laporan Air Quality Life Index (AQLI) oleh Energy Policy Institute at the University of Chicago (EPIC), kualitas udara di beberapa kota besar di Indonesia sering kali jauh melampaui batas aman yang direkomendasikan oleh WHO, menunjukkan bahwa langkah konkret diperlukan untuk mengatasi krisis ini.

Pada tahun 2024, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta telah menata 29 lokasi RTH yang tersebar di lima wilayah administrasi, dengan total luas mencapai sekitar 5,1 hektar. Namun, luas keseluruhan RTH di Jakarta per November 2024 baru mencapai 6,48 persen dari total wilayah, masih jauh dari standar ideal 30 persen. Padahal, RTH memiliki peran krusial dalam mengurangi polusi udara dengan menyerap karbon dioksida dan partikel polutan lainnya.

Selain itu, keberadaan RTH sangat penting bagi anak-anak sebagai tempat bermain, bergerak, dan mengenal alam secara langsung. Bagi orang tua, taman bukan sekadar area rekreasi, tetapi juga sarana untuk menanamkan gaya hidup sehat dan aktif sejak dini. Minimnya akses terhadap ruang hijau dapat berdampak negatif pada kesehatan fisik dan mental anak, seperti meningkatnya risiko obesitas serta kurangnya stimulasi alami untuk perkembangan motorik dan sensorik mereka. Oleh karena itu, peningkatan dan pemanfaatan RTH harus menjadi perhatian utama dalam menanggulangi dampak polusi udara serta mendukung tumbuh kembang anak di tengah lingkungan perkotaan yang semakin padat.

Bicara Udara (Yayasan Udara Anak Bangsa) adalah organisasi non-profit yang berdedikasi pada advokasi kebijakan pengendalian pencemaran udara, khususnya di wilayah Jabodetabek. Organisasi ini aktif mengedukasi masyarakat tentang bahaya polusi udara dan cara melindungi diri dari dampaknya. Pada tahun 2022, Bicara Udara meluncurkan program duta udara bersih bernama "Biru Voices", yang kemudian berkembang menjadi "Biru Voices Ambassadors". Program ini melibatkan mahasiswa, orang tua, public figure, dan content creator, dengan tujuan memperkuat advokasi dan mendorong kebijakan nyata untuk menciptakan udara bersih. Oleh karena itu, organisasi ini akan melanjutkan program ini pada tahun 2025, spesifik menyasar ibu dan ayah muda, untuk memastikan isu polusi udara tetap menjadi perhatian publik.

Minimnya Ruang Terbuka Hijau (RTH) di perkotaan berkontribusi pada meningkatnya polusi udara, yang berdampak negatif pada kesehatan masyarakat, terutama anak-anak yang membutuhkan ruang bermain yang memadai untuk tumbuh

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

kembang mereka. Menyadari hal ini, Bicara Udara dan Ayo Ke Taman berkolaborasi dalam program sharing session dan playdate sebagai bagian dari promosi Biru Voices Ambassadors 2025. Melalui kolaborasi ini, orang tua dibekali wawasan mengenai pentingnya udara bersih serta peran taman kota sebagai paru-paru kota, sementara anak-anak diajak bermain dan berinteraksi di ruang hijau. Dengan menggabungkan edukasi dan aktivitas langsung di RTH, diharapkan semakin banyak orang yang sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan, serta berkontribusi dalam upaya meningkatkan kualitas udara bagi generasi mendatang.

B. Tujuan Roadshow dan Recruitment Biru Voices Ambassadors 2025

1. Menciptakan ruang diskusi terbuka sebagai media kampanye polusi udara serta memperkenalkan program Biru Voices Ambassadors 2025 melalui peran aktif Biru Voices Ambassadors 2024.
2. Menyajikan informasi, data, dan perspektif akurat tentang polusi udara untuk meningkatkan kesadaran publik.
3. Menjangkau lebih banyak audiens potensial dan mendorong pendaftaran calon Biru Voices Ambassadors 2025.

C. Tujuan Kegiatan "Ibu Kreatif, Anak Aktif: Workshop Konten dan Edukasi Polusi Udara"

1. Meningkatkan kesadaran ibu tentang pentingnya ruang terbuka hijau (RTH) dan kualitas udara yang baik demi generasi masa depan yang sehat dan aktif.
2. Mendorong pemanfaatan taman kota sebagai tempat bermain dan belajar bagi anak.
3. Mengajak ibu-ibu untuk berperan aktif dalam kampanye udara bersih melalui media sosial.
4. Membekali ibu-ibu dengan keterampilan tingkat mahir dalam membuat konten digital.
5. Menghasilkan konten edukatif yang dapat menyebarkan pesan tentang pentingnya udara bersih dan RTH.

D. Target Audience

1. Jumlah peserta: 40 orang
2. Profil peserta:
   - Perempuan usia 25-40 tahun
   - Ibu yang memiliki anak usia 2-7 tahun
   - Berdomisili di Jakarta dan sekitarnya

E. Informasi Kegiatan

Hari, Tanggal : Sabtu, 10 Mei 2025
Waktu : 09:00 - 10:50 WIB
Tempat : Taman Lapangan Banteng

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

F. Rundown

Waktu	Durasi	Agenda	PIC
08:00 - 08:30	30'	Persiapan	Panitia
08:30 - 09:00	30'	Registrasi	Panitia
09:00 - 09:05	5'	Pembukaan	Host
09:05 - 09:10	5'	Sesi informasi Biru Voices Ambassadors 2025	Primadita Rahma Ekida, Community Specialist Bicara Udara
09:10 - 09:25	15'	Sharing Session: "Hirup Sehat, Hidup Sehat"	Narasumber: Biru Voices Ambassadors 2024: Mom Lisa Moderator: Ayo ke Taman
09:25 - 09:45	20'	Storytelling dan Read Aloud "Bersuara untuk Udara"	Read Aloud Trainer
09:45 - 09:50	5'	Toilet Break	Panitia
09:50 - 10:05	15'	Sharing Session: "Sukses Membangun Kolaborasi dengan Brand"	Narasumber: Biru Voices Ambassadors 2024: Mom Tian Moderator: Ayo ke Taman
10:05 - 10:35	30'	Sesi Tanya Jawab	Narasumber: 1. Biru Voices Ambassadors 2024: Mom Lisa 2. Biru Voices Ambassadors 2024: Mom Tian Moderator: Ayo ke Taman
10:35 - 10:40	5'	Sesi informasi Biru Voices Ambassadors 2025	Primadita Rahma Ekida, Community Specialist Bicara Udara

MULTIMEDIA NUSANTARA

10:40 - 10:45	5'	Sesi Foto Bersama	Panitia
10:45 - 10:50	5'	Penutupan	Host

G. Talk show: Narasumber dan Talking Points

1. Sharing Session: "Hirup Sehat, Hidup Sehat"
Lisa Anggraeny, Biru Voices Ambassadors 2024 & Pegiat Komunitas Fetomaternal
- Perjalanan memulai dan mengembangkan komunitas kesehatan
- Peran ibu sebagai penggerak komunitas dan advokasi kesehatan

2. Sharing Session: "Sukses Membangun Kolaborasi dengan Brand"
Tian, Biru Voices Ambassadors 2024 & Founder Mominfluencer Indonesia
- Tips membangun personal branding
- Strategi menjalin hubungan dengan brand

H. Contact Person

Hope, Community & Event Intern 0821-9553-7241

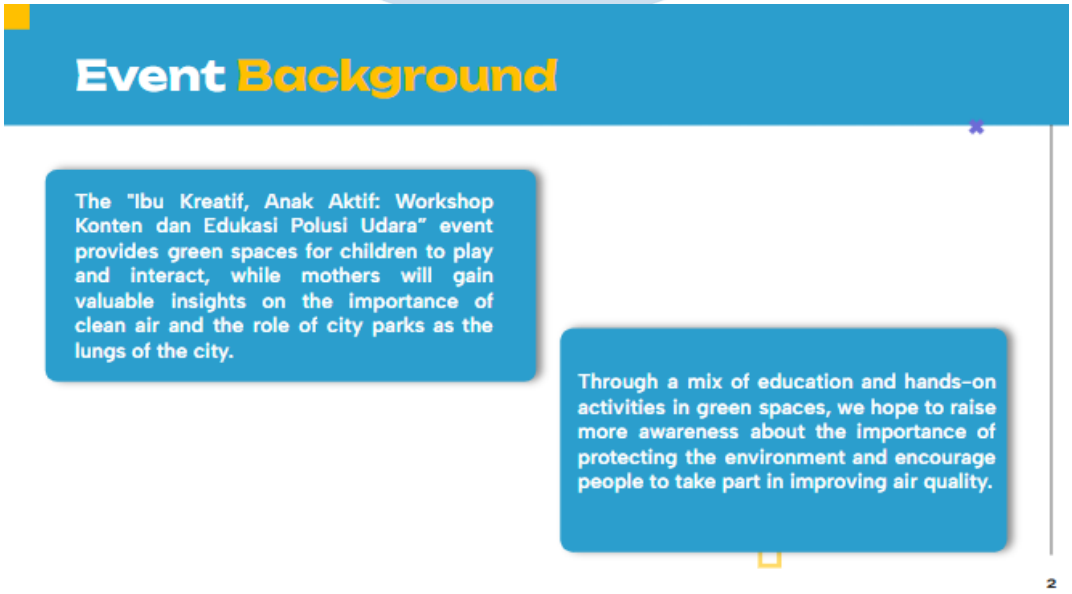
Gambar 3.1 *Term of Reference* (ToR) Yayasan Udara Anak Bangsa x Mominfluencer Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Setelah menyelesaikan penyusunan *Term of Reference* (ToR), pemagang diberikan tanggung jawab untuk membuat *event brief* sebagai dokumen lanjutan dalam proses perencanaan acara. Dokumen ini berfungsi sebagai panduan teknis bagi seluruh panitia yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan.

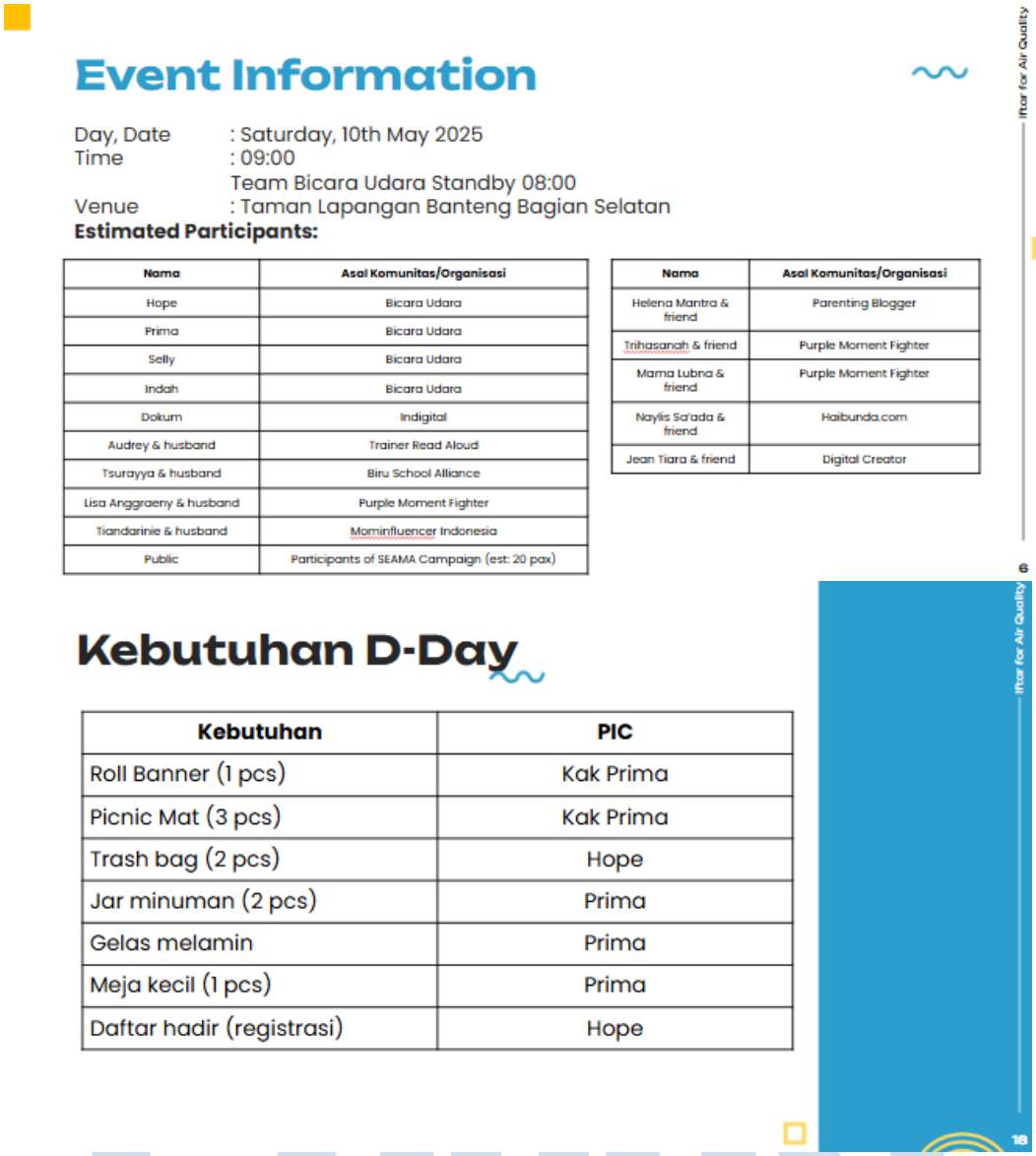
Event brief memuat informasi penting seperti latar belakang acara, pembagian tugas panitia, lokasi kegiatan, jadwal pelaksanaan (*rundown*), serta kebutuhan logistik yang harus dipersiapkan. Tujuan utamanya adalah memastikan setiap pihak memahami alur acara dan perannya masing-masing sehingga kegiatan dapat berjalan lancar dan menghasilkan dampak yang optimal.

Pada praktiknya, *event brief* umumnya diselesaikan dan dianggap final mendekati waktu pelaksanaan, seperti satu hingga dua hari sebelum hari-H. Hal ini disebabkan oleh adanya penyesuaian teknis yang masih berlangsung hingga menjelang acara.

Berdasarkan konsep *event management*, penyusunan *event brief* termasuk dalam tahap ***Planning***. Pada tahap ini, pemagang bertugas mengidentifikasi seluruh kebutuhan teknis, termasuk penentuan lokasi, waktu pelaksanaan, serta perlengkapan dan sumber daya yang diperlukan untuk mendukung jalannya acara.



MULTIMEDIA NUSANTARA



Event Information

Day, Date : Saturday, 10th May 2025
Time : 09:00
Team Bicara Udara Standby 08:00
Venue : Taman Lapangan Banteng Bagian Selatan
Estimated Participants:

Nama	Asal Komunitas/Organisasi
Hope	Bicara Udara
Prima	Bicara Udara
Selly	Bicara Udara
Indah	Bicara Udara
Dokum	Indigital
Audrey & husband	Trainer Read Aloud
Tsurayya & husband	Biru School Alliance
Lisa Anggraeny & husband	Purple Moment Fighter
Tiandarinie & husband	Mominfluencer Indonesia
Public	Participants of SEAMA Campaign (est: 20 pax)

Nama	Asal Komunitas/Organisasi
Helena Mantra & friend	Parenting Blogger
Trihasanah & friend	Purple Moment Fighter
Mama Lubna & friend	Purple Moment Fighter
Naylis Sa'ada & friend	Haibunda.com
Jean Tiara & friend	Digital Creator

Iftar for Air Quality 6

Kebutuhan D-Day

Kebutuhan	PIC
Roll Banner (1 pcs)	Kak Prima
Picnic Mat (3 pcs)	Kak Prima
Trash bag (2 pcs)	Hope
Jar minuman (2 pcs)	Prima
Gelas melamin	Prima
Meja kecil (1 pcs)	Prima
Daftar hadir (registrasi)	Hope

Iftar for Air Quality 18

Gambar 3.2 *Event Brief* Yayasan Udara Anak Bangsa
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Selain penyusunan *event brief* sebagai panduan teknis bagi tim internal, terdapat kebutuhan tambahan yang harus dipenuhi untuk mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan. Beberapa di antaranya meliputi pengurusan perizinan tempat, perizinan keramaian, serta pengadaan barang yang belum tersedia.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Pembelian barang dilakukan melalui platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia, sesuai kebutuhan acara. Barang-barang tersebut meliputi perlengkapan logistik dan pendukung kegiatan lainnya.

Proses perizinan dilakukan secara langsung oleh pemagang. Pemagang mencetak surat permohonan yang telah disiapkan, kemudian menyerahkannya kepada pihak logistik atau pengelola lokasi yang akan digunakan untuk kegiatan.

Setelah seluruh tahapan persiapan disusun dengan matang, Yayasan Udara Anak Bangsa (Bicara Udara) bersama komunitas mitra siap mengeksekusi kegiatan sesuai rencana. Salah satu *event* yang berhasil dilaksanakan oleh pemagang adalah kolaborasi kampanye internasional bertajuk **"*Life in a Bubble*"**.

Kampanye ini merupakan hasil kerja sama dengan NGO lokal dan internasional, seperti 350 Pilipinas dan CMC SEA Global. Kegiatan tersebut dikemas dalam bentuk *moving performance theater* yang diselenggarakan di Bundaran HI, Jakarta Pusat, bertepatan dengan momen *Car Free Day*.

"*Life in a Bubble*" terinspirasi dari kisah seorang ibu yang ingin melindungi anaknya dari polusi udara dengan cara menempatkannya di dalam gelembung (*bubble*). Kisah ini menjadi simbol keresahan masyarakat terhadap kualitas udara yang tidak sehat.

Melalui pertunjukan teatrikal ini, kampanye bertujuan menyampaikan pesan bahwa udara bersih bukanlah sebuah *privilege* bagi kelompok tertentu, melainkan hak dasar setiap manusia. Pesan tersebut disampaikan secara visual dan emosional kepada publik yang hadir di lokasi acara.

Selain bekerja sama dengan NGO internasional, kampanye *Life in a Bubble* juga melibatkan sejumlah NGO lokal. Beberapa di antaranya adalah *Climate Rangers*, Koalisi Pejalan Kaki (Kopeka), Jejak Kota, dan

Green Youth Movement. Keterlibatan berbagai organisasi ini menunjukkan kuatnya kolaborasi lintas komunitas dalam menyuarakan isu kualitas udara.

Pada hari pelaksanaan, pemagang bertugas sebagai PIC (*Person in Charge*) yang memimpin koordinasi dengan para *volunteer* dari NGO Indonesia. Sementara itu, pembimbing lapangan bertanggung jawab sebagai PIC untuk para *talent* yang tampil dalam pertunjukan.

Setelah seluruh *volunteer* tiba di lokasi, pemagang memberikan *brief* terkait tugas dan alur kegiatan. Pesan yang disampaikan diterima dengan baik oleh para *volunteer*, namun pelaksanaan kampanye sempat mengalami keterlambatan.

Akibat keterlambatan tersebut, beberapa organisasi mengalami kesulitan dalam menjaga komunikasi hingga akhir kegiatan. Meskipun demikian, kampanye tetap berhasil dieksekusi sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam 5 tahap *event management*, kegiatan ini termasuk dalam tahap ***Coordination***. Pemagang aktif berkoordinasi dengan tim internal serta para *volunteer* untuk memastikan kelancaran pelaksanaan kampanye secara menyeluruh.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3.3 Dokumentasi "*Life in a Bubble*" *Campaign*
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Setelah tahap *Roadshow* selesai dilaksanakan, pemagang juga dilibatkan dalam persiapan lanjutan program *Biru Voices Ambassadors* 2025, yaitu pada bagian pelatihan intensif untuk seluruh kandidat terpilih. Pada tahap ini, Yayasan Udara Anak Bangsa (Bicara Udara) memasuki fase *planning*, di mana pemagang diberikan tanggung jawab untuk merancang sistem seleksi peserta *Biru Voices Ambassadors* 2025.

Proses seleksi yang dirancang terdiri dari tiga tahap utama. Tahap pertama adalah pembuatan video *Instagram Reels*. Dalam tahap ini, seluruh pendaftar diminta untuk membuat konten edukatif mengenai penggunaan transportasi umum sebagai salah satu bentuk aksi dalam mengurangi polusi udara. Penilaian dilakukan oleh tim media sosial Bicara Udara.

Tahap kedua adalah sesi wawancara (*interview*) yang ditujukan bagi peserta yang berhasil lolos dari tahap pertama. Wawancara ini berisi pertanyaan yang bersifat analitis serta menggali pemahaman mendalam mengenai isu advokasi dan program Bicara Udara. Penjurian dilakukan oleh perwakilan dari *Biru Voices Ambassadors* 2024.

Tahap ketiga merupakan diskusi akhir (*final discussion*) yang dilakukan oleh tim internal Bicara Udara. Dalam tahap ini, tim akan melakukan penilaian secara menyeluruh untuk menentukan kandidat terpilih. Penilaian didasarkan pada hasil dari dua tahap sebelumnya, pemeriksaan latar belakang (*background check*), serta aspek kepribadian yang meliputi empat indikator utama: ***Authenticity***, ***Alignment with Values***, ***Track Record***, *dan* ***Integrity***.

B. Membuat *Content* dan *Copywriting* (*Script*)

Salah satu kontribusi pemagang dalam penyelenggaraan acara di Yayasan Udara Anak Bangsa (Bicara Udara) terletak pada aspek pembuatan konten. Secara khusus, dalam proyek *Roadshow Biru Voices Ambassadors*, pemagang bertugas menyusun arahan kreatif (*brief*) untuk konten kolaboratif bersama komunitas atau NGO mitra.

Arahan kreatif tersebut dirumuskan dalam bentuk video storyline yang kemudian diserahkan kepada tim media sosial. Proses penyusunan brief diawali dengan diskusi bersama *Head of Social Media* mengenai standar operasional prosedur (SOP) pembuatan konten yang telah ditetapkan.

Selanjutnya, pemagang ditugaskan membuat satu *content brief* sebagai implementasi dari SOP tersebut. Selain membuat konten, pemagang juga mengikuti rapat koordinasi dan melakukan riset referensi konten dari platform YouTube guna memperkuat ide dan konsep narasi visual.

Namun, sistem asistensi dalam pembuatan *content brief* cukup kompleks. Pemagang harus mengirimkan draf kepada dua pihak sekaligus, yaitu *Head of Social Media* dan *Head of Program*, yang memiliki pemahaman dan ekspektasi berbeda terhadap konten media sosial.

Kondisi ini menyebabkan proses revisi menjadi lebih panjang dan memerlukan waktu tambahan untuk menyelaraskan pemahaman antar pihak terkait. Meskipun demikian, pemagang berhasil menyusun beberapa content brief sebagai bagian dari peran strategisnya dalam tim.

Brief Video Konten Kolaborasi Bicara Udara x Ayo Ke Taman

Format Feeds Carousel

Tema: RTH di Jakarta

Sumber:
Jakartasatu, Fakta RTH, Media edukasi

Hook/Title:
POHON GAK CUKUP BUAT ATASI POLUSI?!

Slides

Slide	Visual	Subtitle
1	Ilustrasi Jakarta yang penuh polusi, gedung-gedung tertutup kabut asap	**Headline: KOK BISA??** **"Menanam pohon aja gak cukup buat atasi polusi?"**
2	Ilustrasi lebih banyak pohon tapi polusi masih tebal	**Headline: BUTUH APA LAGI?** **- OPSI 1 -** **Ruang Terbuka Hijau!** **Faktanya, RTH mampu:** **1. Membantu menjaga kualitas udara agar tetap bersih dan sehat.** **2. Sebagai tempat rekreasi yang dapat menurunkan stress, kecemasan dan depresi.** **3. Sebagai tempat yang mendorong interaksi sosial.** **- OPSI 2 -** **1. Mengurangi polusi udara secara luas dengan menyaring karbon dioksida, sulfur dioksida, dan partikel debu yang beterbangan.**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

		2. Menstabilkan suhu kota dengan menyerap panas dari beton dan aspal. **3. Menjadi ruang publik yang mendorong interaksi sosial antar masyarakat.**
3	Data dari Jakarta Satu, infografik luas RTH vs luas Jakarta sekitar 664,01 km² 	**Headline: KENYATAANNYA..** **"RTH Jakarta cuma 0,674% dari total luas kota! 😨"** **JAUH DARI KATA CUKUP!**
4	Ilustrasi kota yang didominasi beton dan minim ruang hijau, orang-orang pakai masker karena polusi	**Headline: ASTAGA!** **kalau RTH hanya segini, gimana mau hirup udara bersih? 😔"**
5	Call-to-action (gambar ibu dan anak di taman, teks ajakan) Poster utama open recruitment biru voices ambassadors 2025 Link: bicaraudara.id/biruvoices	**Headline: "Saatnya bersuara!"** **Yuk, dukung lebih banyak RTH di Jakarta! Join Biru Voices Ambassadors 2025!"** **Daftar di sini:** bicaraudara.id/biruvoices

Caption:

✨ **Saatnya Bersuara!** ✨
Jakarta butuh lebih banyak Ruang Terbuka Hijau (RTH)! Yuk, dukung udara yang lebih bersih dengan **join Biru Voices Ambassadors 2025!** 🌿

Daftar di sini: bicaraudara.id/biruvoices

Gambar 3.4 *Video Storyline Brief* Konten Yayasan Udara Anak Bangsa (Bicara Udara)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

C. Supporting Team program *Biru School Alliance (Music Director)*

Pada bulan April, pemagang mendapat tanggung jawab baru untuk terlibat dalam program *Biru School Alliance*. Keterlibatan ini berlangsung dalam salah satu *event* activation yang diselenggarakan di Global Prestasi School, Bekasi.

Acara tersebut dikemas dalam bentuk *performance theater* yang diperankan oleh murid-murid tingkat sekolah dasar dan disutradarai oleh tim dari Bicara Udara. Dalam kegiatan ini, pemagang dipercaya memegang peran sebagai *Music Director*.

Tugas utama pemagang adalah memilih dan menyusun lagu yang sesuai dengan setiap adegan yang dibawakan. Musik dipilih untuk menciptakan suasana yang mendukung alur cerita serta memperkuat pesan yang disampaikan dalam pertunjukan.

Proses pemilihan lagu dilakukan secara paralel dengan latihan pertama *performance theater*. Pemagang harus menyesuaikan musik dengan ritme adegan secara *real time* agar jalannya pertunjukan tetap harmonis dan tanpa hambatan teknis.

Berikut adalah hasil pemilihan lagu untuk *performance theater* di Global Prestasi School yang dikerjakan oleh pemagang:

Gambar 3.5 List Lagu *Performance Theater Biru School Alliance*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

3.3 Kendala Utama

Dalam pelaksanaan program magang, terdapat beberapa tantangan yang berhasil diidentifikasi dan diatasi:

1. Dinamika Kerja NGO: Lingkungan kerja NGO yang dinamis dengan sumber daya manusia terbatas menjadi tantangan awal. Beban kerja *staff*

inti yang tinggi berdampak pada kurang optimalnya waktu untuk proses *mentoring*, sehingga menuntut pemagang untuk beradaptasi dengan bekerja lebih proaktif dan mandiri.

2. Proses Pengarahan Kreatif: Proses perancangan acara dihadapkan pada tantangan berupa arahan awal (*brief*) yang bersifat umum. Untuk mengatasinya, pemagang perlu melakukan interpretasi mandiri terhadap tujuan proyek, yang kemudian divalidasi melalui serangkaian revisi pada proposal dan ToR. Meskipun proses ini mengasah kemandirian, hal tersebut juga menyebabkan iterasi kerja yang lebih panjang.

3.4 Solusi

Berdasarkan identifikasi kendala tersebut, berikut adalah rekomendasi solusi yang dapat diimplementasikan oleh organisasi untuk meningkatkan efektivitas program dan mendukung pengembangan pemagang:

1. **Mengatasi Keterbatasan Waktu Mentoring dalam Dinamika Kerja NGO**

   Menerapkan sesi *check-in* rutin yang singkat dan terjadwal (misalnya, 15 menit setiap dua hari sekali) antara pemagang dan pembimbing. Sesi ini menjadi wadah efisien untuk *transfer* informasi, memberikan arahan, dan menjawab pertanyaan tanpa harus menunggu waktu luang yang sulit ditemukan. Selain itu, penyediaan paket orientasi *(onboarding kit)* yang berisi panduan kerja, akses ke dokumen penting, dan daftar kontak tim dapat membantu pemagang beradaptasi lebih cepat dan mengurangi ketergantungan pada bimbingan verbal secara terus-menerus.

2. **Memperjelas Proses Pengarahan Kreatif dan Mengurangi Iterasi Kerja**

   Mengimplementasi penggunaan templat arahan kerja (*brief template*) yang standar untuk setiap proyek baru. Templat ini harus mencakup poin-poin krusial seperti latar belakang, tujuan, audiens sasaran, pesan kunci, hasil akhir yang diharapkan (*deliverables*), dan linimasa. Proses ini dapat

diperkuat dengan mengadakan sesi *kick-off* singkat (15-30 menit) di awal proyek untuk membahas *brief* tersebut, memberikan kesempatan bagi pemagang untuk bertanya, dan menyamakan persepsi. Dengan demikian, inisiatif dan kemandirian pemagang dapat disalurkan secara lebih produktif dan siklus revisi dapat diminimalkan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA