

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

3.1.1 Alur Proses Kerja

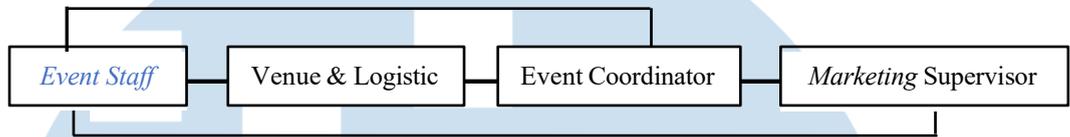
Sebagai peserta magang di Vision Corporation, saya ditempatkan dalam divisi *Marketing Communication*, lebih tepatnya di bagian *Event & Activation*. Posisi saya sebagai *event staff* magang memberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam berbagai proses penyelenggaraan *event* perusahaan. Penempatan ini merupakan bagian dari program magang yang bertujuan agar peserta magang dapat memahami alur kerja profesional dan mampu mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah. Selama menjalankan tugas, saya diberikan ruang untuk belajar, mengamati, dan membantu proses kerja yang berlangsung di lingkungan perusahaan sesuai dengan visi perusahaan untuk menjadi agensi terbesar dan terbaik di Asia Pasifik

Selama masa magang, saya menjalankan tugas di bawah pengawasan langsung *Marketing Supervisor*. Semua aktivitas yang saya lakukan harus mendapatkan persetujuan terlebih dahulu dari *Marketing Supervisor* sebelum diteruskan ke tahap berikutnya. *Marketing Supervisor* berperan sebagai mentor yang memberikan arahan, evaluasi, serta *feedback* atas pekerjaan yang telah saya lakukan. Setiap tugas yang diberikan kepada saya selalu diawali dengan *editing* singkat, penjelasan target yang harus dicapai, dan diakhiri dengan proses evaluasi untuk memastikan keselarasan antara hasil pekerjaan dengan standar perusahaan.

Di atas *Marketing Supervisor*, terdapat *Head of Marketing & Communication* yang memiliki tanggung jawab akhir terhadap seluruh kegiatan yang dilakukan oleh divisi ini, termasuk hasil kerja dari peserta magang. Semua laporan akhir yang saya kerjakan akan diserahkan terlebih dahulu ke *Marketing Supervisor* untuk direview. Setelah disetujui oleh *supervisor*, laporan tersebut akan diteruskan kepada *Head of Marketing & Communication* untuk mendapatkan *final approval*. Proses ini menunjukkan adanya sistem kerja yang berjenjang dan profesional sesuai dengan visi perusahaan untuk menjadi yang terbaik dan terbesar.

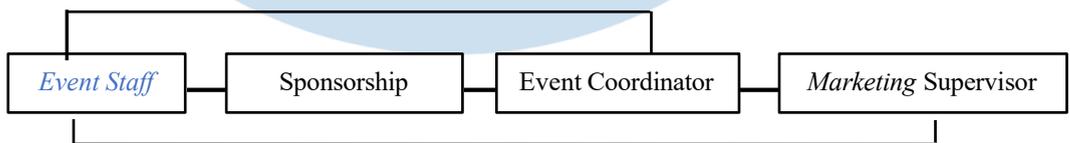
Struktur organisasi dalam divisi *Marketing Communication* terdiri dari dua bagian besar, yaitu *Digital Marketing Team* dan *Event & Activation Team*. Saya sebagai peserta magang berada di bawah *Event & Activation Team* yang lebih fokus pada penyelenggaraan *event*, baik internal maupun eksternal perusahaan. Penempatan ini memberikan saya kesempatan lebih besar untuk belajar tentang dunia *event management* secara langsung. Setiap pekerjaan yang dilakukan oleh tim *event* memiliki alur kerja yang terstruktur, sehingga setiap orang memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas.

Dalam *Event & Activation Team*, terdapat posisi *Event coordinator* yang bertugas sebagai pengkoordinasi seluruh divisi pendukung *event*, termasuk *venue*, *logistics*, *sponsorship*, *documentation*, dan *technical support*. *Event coordinator* menjadi perantara komunikasi antara setiap divisi dengan *Marketing Supervisor* agar semua bagian dapat bekerja secara sinkron. Setiap perencanaan dan pelaksanaan *event* akan melalui koordinasi yang jelas, termasuk *editing* rutin yang dilakukan sebelum acara dimulai.



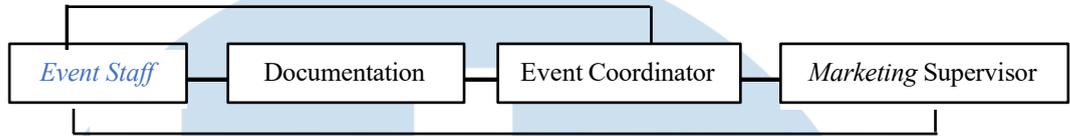
Bagan 3.1.1 Bagan alur kerja *Venue & logistic*

Sebagai peserta magang, saya dipercaya untuk membantu divisi *Venue & logistic*. Dalam proses ini, setiap pekerjaan yang berkaitan dengan lokasi acara, tata letak, kebutuhan perlengkapan, dan pengaturan logistik akan diberikan oleh penanggung jawab divisi tersebut. Setelah pekerjaan selesai, hasilnya akan dicek kembali oleh penanggung jawab divisi sebelum diteruskan kepada *Event coordinator*. Setelah mendapatkan *approval* dari *Event coordinator*, barulah pekerjaan tersebut diserahkan kepada *Marketing Supervisor* untuk *direview* dan mendapatkan *insight* sebelum *di-approve*.



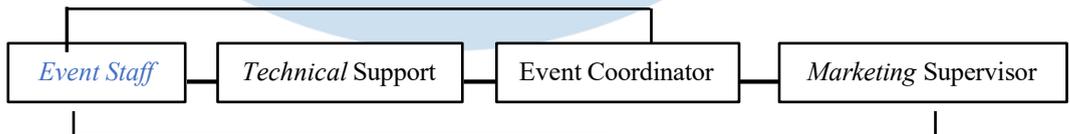
Bagan 3.1.2 Bagan alur kerja *Sponsorship*

Selain membantu *Venue & logistic*, saya juga turut terlibat dalam divisi *Sponsorship*. Dalam divisi ini, saya membantu proses pengumpulan data calon sponsor, menyusun proposal sponsorship, serta mendukung proses komunikasi. Sama seperti sebelumnya, hasil pekerjaan yang saya lakukan akan melalui proses verifikasi oleh penanggung jawab sponsorship sebelum dilaporkan ke *Event coordinator*. Setiap progress yang telah disetujui oleh *Event coordinator* kemudian akan *direview* oleh *Marketing Supervisor* agar tetap sesuai dengan misi perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran mitra bisnis.



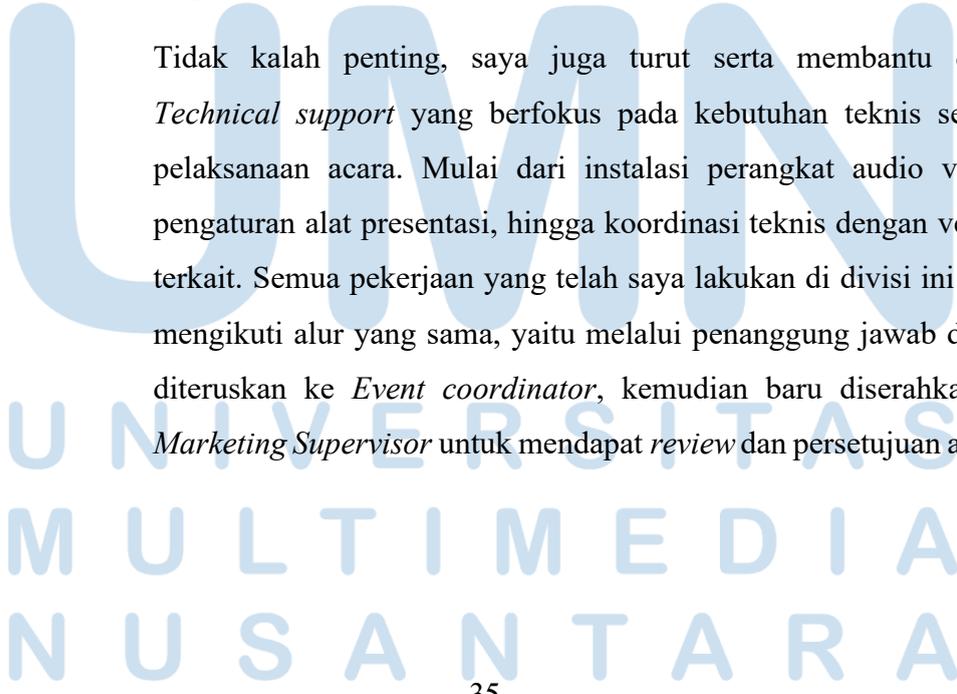
Bagan 3.1.3 Bagan alur kerja *Documentation*.

Tanggung jawab lainnya yang saya lakukan adalah membantu divisi *Documentation*. Di sini, saya bertugas mendukung tim dokumentasi untuk memastikan semua kebutuhan foto dan video selama acara dapat berjalan sesuai rencana. Selain itu, saya juga membantu dalam proses kurasi hasil dokumentasi yang nantinya digunakan sebagai materi publikasi perusahaan. Setelah hasil dokumentasi disusun, laporan hasilnya kembali melalui proses *approval* berjenjang mulai dari penanggung jawab divisi, *Event coordinator*, hingga *Marketing Supervisor*.



Bagan 3.1.4 Bagan alur kerja *Technical support*

Tidak kalah penting, saya juga turut serta membantu divisi *Technical support* yang berfokus pada kebutuhan teknis selama pelaksanaan acara. Mulai dari instalasi perangkat audio visual, pengaturan alat presentasi, hingga koordinasi teknis dengan vendor terkait. Semua pekerjaan yang telah saya lakukan di divisi ini tetap mengikuti alur yang sama, yaitu melalui penanggung jawab divisi, diteruskan ke *Event coordinator*, kemudian baru diserahkan ke *Marketing Supervisor* untuk mendapat *review* dan persetujuan akhir.



Selama bulan Februari hingga April, aktivitas magang berfokus pada tahap awal penyelenggaraan event mingguan dan event spesial Vision Corporation. Dimulai dengan proses riset (Research) untuk memahami kebutuhan peserta dan karakteristik audiens. Tahapan ini dilanjutkan dengan pembuatan desain visual (Design) seperti flyer, backdrop, dan materi promosi lainnya. Tahap Planning mencakup penyusunan rundown, pengaturan alur teknis, serta pembagian tugas internal tim. Seluruh proses ini mendukung perencanaan dan eksekusi acara internal maupun kolaboratif, seperti event World Women's Day.

Pada bulan Mei dan Juni, fokus kegiatan berpindah ke tahap koordinasi dan evaluasi. Tahap Coordination melibatkan komunikasi lintas divisi serta pihak eksternal untuk memastikan kelancaran teknis dan logistik acara "Beyond the Surface" bersama Bryant Kandani. Setelah event berlangsung, dilanjutkan dengan tahap Evaluation yang mencakup peninjauan hasil penyelenggaraan event, dokumentasi, serta penyusunan laporan kerja magang. Seluruh rangkaian ini mengikuti tahapan event planning dari Joe Goldblatt, dari research hingga evaluation.

U M M N

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.1.3 Deskripsi Pekerjaan & Konsep Komunikasi

Dalam melaksanakan kegiatan magang di divisi *Event & Activation* Vision Corporation, konsep yang digunakan mengacu pada kerangka teori *Special Event Management* oleh Joe Goldblatt. Konsep ini memberikan gambaran sistematis tentang bagaimana sebuah *event* disusun dari tahap awal hingga akhir. Tahapan yang terdiri dari *research, design, planning, coordination, dan evaluation* memberikan alur yang jelas serta dapat diterapkan dalam kegiatan nyata. Alasan utama saya menggunakan konsep ini adalah karena materi terkait *special event* merupakan bagian dari mata kuliah yang telah dipelajari selama perkuliahan, sehingga praktik magang menjadi sarana untuk mengimplementasikan ilmu tersebut secara langsung.

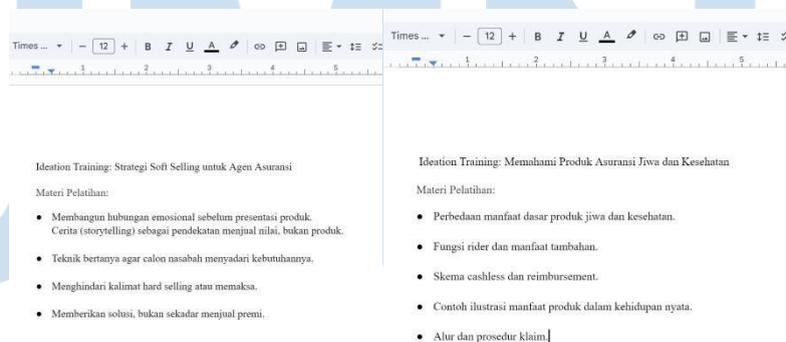
Implementasi konsep Goldblatt selama proses magang memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan efektivitas kerja tim *Event & Activation*. Dengan kerangka tahapan yang jelas, setiap divisi pendukung *event* dapat memahami perannya secara spesifik, termasuk saya sebagai *event staff* magang. Dalam setiap kegiatan, baik *event* mingguan ataupun *event* spesial seluruh prosesnya mengikuti tahapan yang tertulis dalam konsep tersebut. Hal ini membuat penyelenggaraan *event* menjadi lebih tertata, efisien, dan sesuai dengan target yang ditetapkan perusahaan.

3.1.3.1 *Research*

Research merupakan tahap awal penting dalam perencanaan event untuk memahami kebutuhan audiens, sponsor, hingga tujuan acara, sebagaimana ditegaskan oleh Goldblatt yang dikutip oleh Calysta dan Wono (2021). Dalam proses *research*, tim *Event & Activation* melakukan pengumpulan data melalui observasi lapangan, riset tren di media sosial, serta survei internal perusahaan. Data tersebut kemudian digunakan untuk menyusun konsep acara yang sesuai dengan target audiens dan tujuan perusahaan. Saya sebagai peserta magang terlibat membantu dalam proses pencarian data referensi *event*, baik secara *online* maupun *offline*.

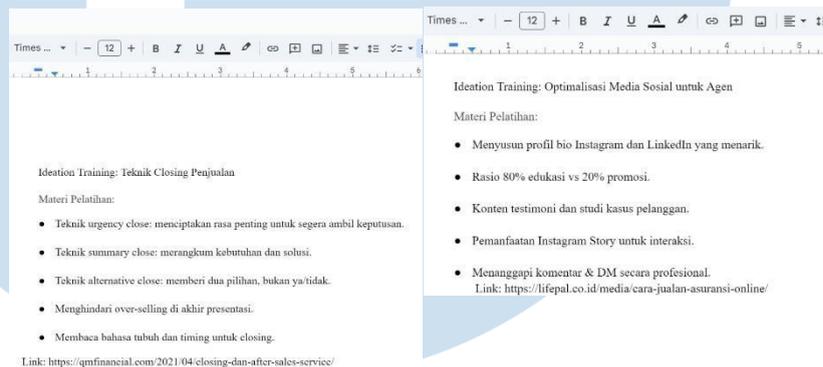
1. *Event* Mingguan: *Agent Training* (Rabu dan Sabtu)

Tahapan *research* untuk *event* mingguan *Agent Training* yang diselenggarakan setiap Rabu dan Sabtu dimulai dengan melakukan analisis kebutuhan peserta. Sebagai bagian dari perusahaan asuransi, *event* ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas para agen dalam memahami produk dan strategi pemasaran.



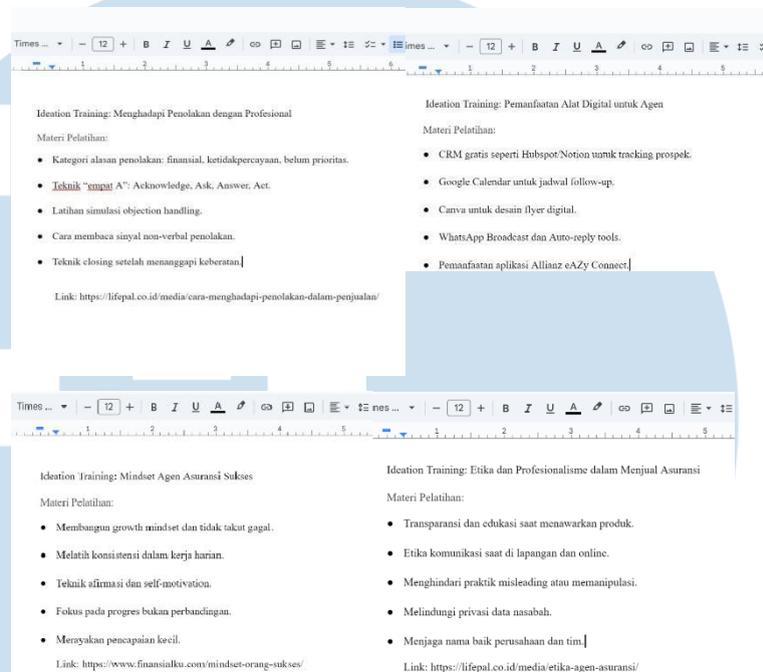
Gambar 3.1.3.1 Riset hasil penulis (Sumber: Peneliti 2025)

Selain itu, saya turut membantu tim dalam melakukan observasi langsung di beberapa sesi pelatihan untuk mengetahui kekurangan yang perlu diperbaiki. Referensi mengenai pentingnya *training* untuk meningkatkan kompetensi agen asuransi saya dapatkan dari artikel yang diterbitkan oleh Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) (aaji.or.id, 2024). Dengan hasil penelitian ini, saya membantu menyusun konsep acara agar lebih interaktif dan relevan dengan kebutuhan peserta.



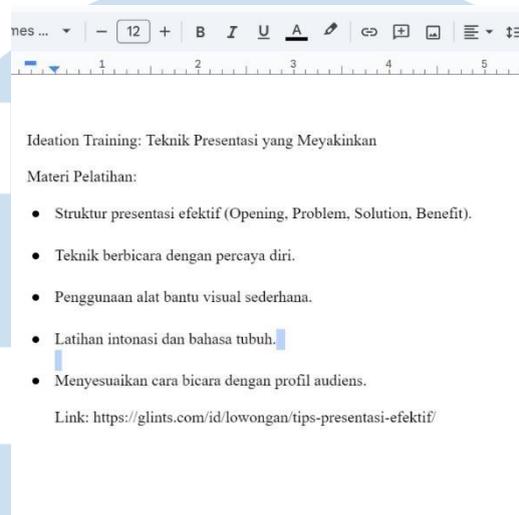
Gambar 3.1.3.2 Hasil riset penulis (Sumber: Peneliti 2025)

Selanjutnya, proses *research* juga menyorot aspek preferensi materi yang diminati peserta. Berdasarkan hasil survei, materi terkait *digital marketing* dan pemanfaatan media sosial dalam promosi asuransi menjadi topik yang paling banyak diminati. Saya bersama tim *event* menyusun kerangka materi pelatihan mingguan agar topik *digital* menjadi prioritas. Selain survei, saya juga melakukan pencarian referensi materi di Internet untuk memberikan masukan kepada tim penyusun materi. Hal ini menunjukkan peran aktif saya dalam mendukung substansi acara melalui tahapan *research*.



Gambar 3.1.3.3 Riset penulis (Sumber: Peneliti)

Hasil tahapan *research* yang saya lakukan kemudian disampaikan dalam rapat koordinasi internal *Event & Activation Team*. Pada tahap ini, saya juga mendapatkan masukan dari divisi *Documentation* dan *technical support* terkait kebutuhan dokumentasi serta perangkat presentasi. Dalam proses penyampaian data, saya menyisipkan referensi dari artikel *Marketing.co.id* (2017) mengenai pentingnya pelatihan berbasis kebutuhan audiens. Dengan sinergi dari berbagai divisi, tahapan *research event* mingguan *Agent Training* berjalan optimal dan menjadi dasar bagi tahap perencanaan berikutnya.

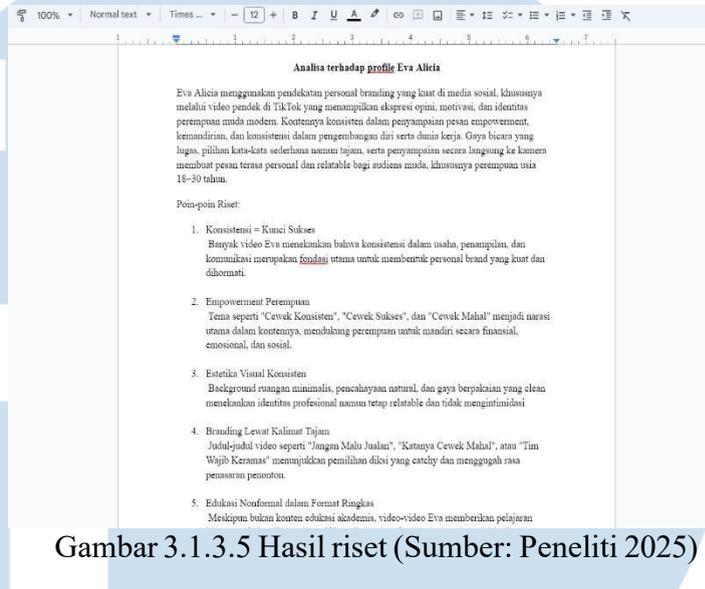


Gambar 3.1.3.4 Hasil riset
(Sumber: Peneliti 2025)

2. *Event Spesial: Eva Alicia x World Women's Day*

Pada tahap *research* untuk *event* kolaborasi bersama Eva Alicia dalam rangka perayaan *World Women's Day*, saya membantu tim dalam mengidentifikasi target audiens. Karena acara ini mengangkat tema “*Confident, Independent, Unstoppable*” maka sasaran utamanya adalah perempuan muda usia produktif yang aktif di media sosial.

Untuk mendukung proses *research*, saya melakukan riset audiens melalui *tools online* seperti *Google Trends* dan *Statista* untuk melihat topik yang sedang tren terkait pemberdayaan perempuan. Hasil pencarian menunjukkan bahwa tren mengenai *self-love* dan *financial independence* memiliki engagement yang tinggi, sebagaimana dijelaskan dalam artikel *Tirto.id* (2024). Data tersebut menjadi dasar penyusunan konsep acara bersama tim kreatif. Dokumentasi proses riset target audiens dapat dilihat berikut.



Gambar 3.1.3.5 Hasil riset (Sumber: Peneliti 2025)

Selain menentukan target audiens, *research* juga difokuskan pada identifikasi nilai unik dari kolaborasi ini agar mampu menarik perhatian publik. Saya membantu divisi Sponsorship dalam mencari *insight* terkait *brand image* Eva Alicia sebagai salah satu *brand* aksesoris *fashion* lokal Indonesia. Salah satu referensi yang kami gunakan adalah dari Tiktok.





Gambar 3.1.3.6 Profile Eva Alicia (Sumber: Peneliti 2025)

Dengan informasi tersebut, saya memberikan masukan agar konsep acara lebih menonjolkan sisi inspiratif Eva Alicia, tidak hanya dari segi produk tetapi juga narasi di balik *brand* tersebut. Ini memperkuat pesan acara bahwa perempuan berhak tampil percaya diri dengan pilihan aksesorisnya.

Bukti riset *brand image* dapat dilihat berikut. Setelah data terkumpul, saya membantu menyusun rekomendasi konten acara untuk mendukung *positioning* acara. Salah satunya adalah usulan untuk menampilkan testimonial dari pelanggan Eva Alicia yang merasa percaya diri setelah mengenakan produknya.



Gambar 3.1.3.7 Riset yang diambil dari Tiktok
(Sumber: Peneliti 2025)

3. *Event Spesial: Bryant Kandani – “Beyond the surface”*

Tahap *research* untuk *event personal branding* bersama Bryant Kandani dimulai dengan menggali latar belakang narasumber. Saya membantu tim dalam mengumpulkan data rekam jejak Bryant sebagai seorang *entrepreneur* sekaligus content creator yang berfokus pada pengembangan *personal branding*. Salah satu referensi utama yang saya gunakan berasal dari artikel di Kompasiana.com (2024) yang membahas perjalanan karier Bryant sebagai motivator muda di Indonesia. Selain itu, saya juga membantu mencari materi dari akun media sosial pribadinya untuk memastikan kesesuaian pesan acara dengan gaya komunikasi Bryant.

Tujuan utama dari *research* ini adalah menyusun konsep acara yang mampu menyampaikan pesan bahwa *personal branding* bukan sekadar tampilan luar, tetapi juga menyangkut nilai diri. Dokumentasi pencarian referensi narasumber dapat dilihat berikut.



Gambar 3.1.3.8 Profile Bryant Kandani (Sumber: Peneliti 2025)

Proses *research* selanjutnya berfokus pada tren kebutuhan audiens terkait *personal branding* di media sosial. Saya membantu tim untuk mencari *insight* tentang topik *personal branding* yang sedang diminati generasi muda melalui riset media *online*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Salah satu sumber referensi yang saya gunakan adalah artikel dari *IDN Times* (2024) yang menyatakan bahwa membangun *personal branding* merupakan salah satu strategi utama untuk memperkuat karier di era *digital*.

Selain itu, saya turut mengamati tren konten sejenis di TikTok dan Instagram untuk memberikan masukan mengenai gaya penyampaian materi yang disukai audiens. Hasil riset ini kemudian menjadi dasar untuk menyusun topik pembahasan yang akan dibawakan oleh Bryant. Dokumentasi riset tren audiens dapat dilihat berikut.

Analisa terhadap profile Bryant Kandani

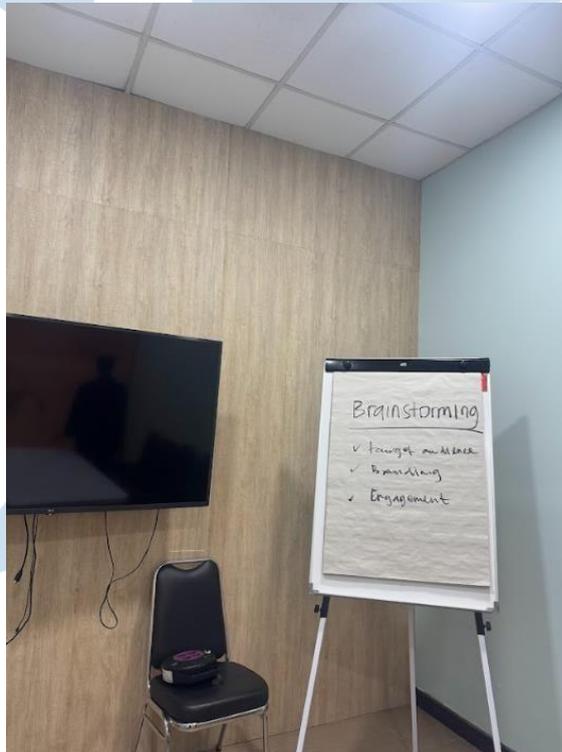
Figur Bryant memperlihatkan strategi komunikasi visual dan naratif yang kuat sebagai representasi pengusaha muda yang inspiratif dan konsisten.

- Bryant Kandani menampilkan persona percaya diri dan dewasa sejak usia dini, memperkuat citra sebagai role model anak muda berjiwa kepemimpinan.
- Ia konsisten menggunakan gaya bicara ekspresif dan pilihan kata yang lugas untuk memperkuat kesan cerdas dan berani.
- Kehadirannya di media digital dikemas dengan narasi inspiratif dan visual rapi, memperkuat branding sebagai sosok pembelajar sekaligus motivator muda.
- Dukungan lingkungan keluarga tercermin dalam konten yang menekankan nilai-nilai disiplin dan dukungan moral sejak kecil.
- Kontennya menonjolkan pencapaian dan sikap profesional sebagai nilai jual utama, menciptakan positioning yang kuat di mata publik.

Gambar 3.1.3.9 Riset tentang Bryant Kandani
(Sumber: Peneliti 2025)

Selain melakukan riset eksternal, saya juga melakukan analisis internal terhadap kompetitor *event* serupa. Beberapa contoh acara *personal branding* yang pernah sukses diselenggarakan oleh perusahaan lain menjadi bahan perbandingan. Saya membantu tim dalam mengkaji bagaimana konsep acara tersebut diterapkan, apa yang menjadi daya tariknya, dan bagaimana promosi dilakukan di media sosial.

Salah satu contoh referensi yang kami gunakan adalah tips *personal branding* oleh Narasi TV, yang sukses membangun *engagement* tinggi di Instagram (narasi.tv, 2024). Dengan data tersebut, saya memberikan rekomendasi strategi komunikasi kepada tim *event*.



Gambar 3.1.3.10 Hasil *brainstorming* dengan *team*

(Sumber: Peneliti 2025)

3.1.3.2 Design

Tahap *design* merupakan proses penting setelah tahapan *research* selesai dilakukan. Dalam tahap ini, semua hasil penelitian yang telah dikumpulkan sebelumnya akan diolah untuk merancang konsep acara secara keseluruhan. Tahap ini mencakup penentuan tema, *format* acara, elemen visual, hingga alur *rundown* acara secara garis besar. Menurut artikel *Event Design 101* dari *EventSmart* (2024), desain acara yang efektif, mencakup tema, elemen visual, dan tata ruang akan menciptakan pengalaman yang mengena pada audiens serta mempermudah koordinasi tim dalam pelaksanaan *event*.

Di Vision Corporation, tahap *design* dilakukan melalui diskusi antar divisi, khususnya bersama *Event coordinator*, dengan mempertimbangkan masukan dari *Marketing Supervisor* agar konsep yang dirancang sesuai dengan tujuan bisnis.

1. *Event* Mingguan: *Agent Training* (Rabu dan Sabtu)

Pada *event* mingguan *Agent Training*, proses perancangan konsep acara dilakukan untuk menciptakan suasana pelatihan yang tidak monoton. Mengingat *event* ini bersifat rutin setiap minggu, maka perlu adanya variasi dalam desain agar peserta tetap antusias.



Gambar 3.1.3.11 Venue i (Sumber: Peneliti 2025)

Salah satu kontribusi saya dalam tahap ini adalah membantu tim *Venue & logistic* untuk menyusun *layout* ruangan yang berbeda di beberapa tempat, menyesuaikan dengan jumlah peserta yang hadir. Selain itu, saya juga mendukung tim dokumentasi dalam menyusun konsep visual yang akan digunakan sebagai materi promosi untuk para peserta *training* di Vision Corporation.



Gambar 3.1.3.12 Foto tempat *event training*
(Sumber: Peneliti 2025)

Di sisi lain, dalam divisi *Technical support*, saya membantu menentukan kebutuhan perangkat visual seperti LED atau proyektor yang digunakan dalam sesi presentasi. Dalam beberapa pelaksanaan *event* mingguan, saya juga ikut menyusun desain *rundown* untuk memastikan alur sesi pelatihan berjalan sesuai waktu yang direncanakan.

2. *Event Spesial: Eva Alicia x World Women's Day*

Pada *event* kolaborasi dengan Eva Alicia, proses *design* menjadi lebih kompleks karena perlu menyesuaikan dengan *branding* Eva Alicia yang sudah dikenal luas di media sosial. Dalam tahap ini, saya membantu divisi *Documentation* dan *Venue & logistic* untuk menyusun konsep visual berupa desain *flyer digital* dan desain *background* panggung utama. Salah satu referensi yang digunakan dalam pembuatan desain *flyer* ini adalah *template* desain dari Canva.com (2025), yang memiliki koleksi desain bertema profesional dan minimalis. Pemilihan warna monokrom ini juga bertujuan agar informasi pada *flyer* lebih mudah dibaca dan tetap relevan dengan konsep acara yang berfokus pada pemberdayaan perempuan dalam konteks bisnis.



Gambar 3.1.3.13 Hasil desain Eva Alicia

(Sumber: Peneliti 2025)

Referensi desain *background* panggung saya menggunakan dominasi warna hitam dan putih untuk menciptakan kesan formal, tegas, dan elegan, sejalan dengan citra profesional yang diusung oleh Vision Corporation. Proses penyusunan desain dilakukan melalui diskusi dengan *Event coordinator* agar visual tersebut sesuai dengan konsep *event* yang berfokus pada pemberdayaan perempuan. Setelah desain *final* disetujui oleh *Marketing Supervisor*, *file* desain kemudian diteruskan ke vendor untuk proses produksi dan pemasangan.

3. *Event* Spesial: Bryant Kandani – “*Beyond the surface*”

Pada *event personal branding* “*Beyond the surface*”, kontribusi utama saya dalam tahapan *design* adalah membantu divisi *Documentation* untuk membuat desain *flyer digital* sebagai materi promosi. Desain *flyer* ini saya buat menggunakan *template* yang diadaptasi dari situs *canva.com* (2025), dengan mengacu pada desain *event* profesional bertema *personal branding*.



Gambar 3.1.3.14 Hasil desain Bryant Kandani

(Sumber: Peneliti 2025)

Saya memilih layout yang terlihat *cheerful* namun tetap menonjolkan nama narasumber, informasi waktu acara, dan elemen visual media sosial agar menarik perhatian audiens yang menjadi target Vision Corporation. Desain tersebut saya serahkan ke *Event coordinator* untuk mendapatkan persetujuan akhir.

3.1.3.3 *Planning*

Tahap *planning* merupakan momen penting dalam penyelenggaraan acara karena pada fase ini seluruh rencana detail seperti anggaran, kebutuhan teknis, hingga jadwal pelaksanaan disusun secara sistematis. Seperti dijelaskan oleh Agendakota.id (2024), perencanaan detail yang meliputi layout *venue*, *rundown* acara, persiapan logistik, dan *checklist* teknis menjadi fondasi utama agar *event* dapat berjalan sesuai harapan.

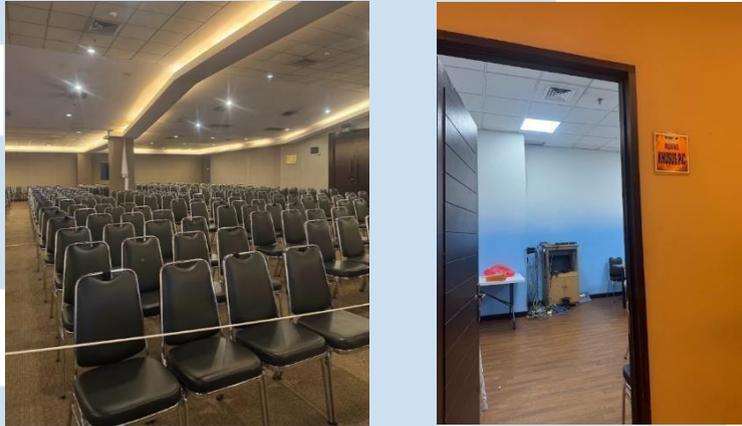
Tahap *planning* dalam panduan Goldblatt berperan sebagai cetak biru keseluruhan event, sebagaimana dijelaskan kembali oleh Febrianto dan Lestari (2023) bahwa perencanaan matang menjadi fondasi strategis keberhasilan event secara menyeluruh. Penyusunan rencana yang matang memungkinkan seluruh elemen acara berjalan sesuai jadwal, meminimalisasi kesalahan teknis, serta memastikan seluruh kebutuhan logistik terpenuhi. Perencanaan yang baik juga melibatkan pembuatan *checklist* untuk tiap divisi pendukung acara agar setiap kebutuhan tercover dengan baik.

Di Vision Corporation, tahap *planning* juga menyelaraskan konsep acara dengan *branding* perusahaan agar setiap *event* mampu memberikan dampak optimal, baik secara internal maupun eksternal. Proses penyusunan perencanaan melibatkan seluruh tim *event*, termasuk peserta magang, agar semua aspek teknis maupun non-teknis dapat dipetakan dengan detail. Hal ini sesuai dengan prinsip perusahaan "*Simple, Practical, Easy, Effective, Duplicable*" agar penyelenggaraan *event* tetap efisien tanpa mengorbankan kualitas acara.

1. *Event* Mingguan: *Agent Training* (Rabu dan Sabtu)

Dalam pelaksanaan *event* mingguan *Agent Training* setiap Rabu dan Sabtu, saya terlibat aktif dalam tahapan *planning* bersama tim *Event & Activation*. Perencanaan *event* mingguan ini dilakukan secara rutin setiap awal minggu, biasanya pada hari Senin, melalui rapat mingguan dengan seluruh divisi terkait. Pada fase ini, saya membantu menyusun kebutuhan *venue* seperti pengaturan kursi, meja, *backdrop*, serta mempersiapkan perlengkapan presentasi seperti proyektor dan perangkat audio visual.

Salah satu alat bantu kerja yang sering digunakan untuk menyusun kebutuhan logistik adalah *checklist* sederhana menggunakan *Google Sheets* yang dibagikan kepada seluruh anggota tim untuk update kebutuhan secara *real-time*. Perencanaan *event* mingguan juga memerlukan koordinasi dengan divisi *Technical support* agar seluruh peralatan dapat berfungsi baik sebelum acara dimulai. Setiap perubahan atau tambahan kebutuhan akan segera didiskusikan dengan *Event coordinator* agar bisa segera ditindaklanjuti oleh divisi terkait.



Gambar 3.1.3.15 Penyusunan kebutuhan *venue*

(Sumber: Peneliti 2025)

Selain menyusun kebutuhan logistik, saya juga membantu merancang *timeline* pelaksanaan acara agar seluruh rangkaian kegiatan berjalan sesuai jadwal. Biasanya, *rundown event* mulai disusun dua hari sebelum pelaksanaan, kemudian dibagikan kepada seluruh anggota tim internal perusahaan. *Rundown* tersebut memuat informasi waktu kedatangan peserta, *editing* panitia, pembukaan acara, sesi pelatihan hingga sesi penutupan.



Gambar 3.1.3.16 Foto di meja registrasi (Sumber: Peneliti 2025)

Salah satu tantangan pada tahap *planning* adalah memastikan tidak ada jadwal yang bentrok dengan kegiatan divisi lain. Untuk mengatasi hal ini, *Event coordinator* selalu melakukan konfirmasi ulang dengan *supervisor* untuk memastikan tidak terjadi tumpang tindih aktivitas. Dengan adanya *rundown* yang jelas, pelaksanaan *event* mingguan menjadi lebih terarah dan efisien.

2. *Event* Spesial: Eva Alicia x *World Women's Day*

Pada *event* kolaborasi dengan Eva Alicia untuk perayaan *World Women's Day*, tahapan *planning* dilakukan lebih intensif dibandingkan *event* mingguan. Perencanaan dimulai sejak awal Februari, berfokus pada pengaturan lokasi, dekorasi *venue*, dan peralatan pendukung seperti *LED screen*, *lighting*, serta *backdrop custom* dengan desain khusus kolaborasi Vision Corporation dan Eva Alicia. Saya membantu tim *Venue & logistic* untuk melakukan survei lokasi *venue* yang dipilih, serta mendokumentasikan hasil survei untuk laporan internal.

Salah satu contoh hasil kerja saya adalah dokumentasi foto *venue* sebelum dilakukan proses *set up*, yang kemudian digunakan sebagai bahan laporan dan persetujuan desain kepada *supervisor*. Selain itu, saya juga terlibat dalam proses diskusi dengan vendor dekorasi untuk memastikan kebutuhan desain sesuai dengan konsep acara yang telah dirancang.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.1.3.17 *Venue* sebelum set up (Sumber: Peneliti 2025)

Terkait dengan penyusunan anggaran (*budgeting*), dalam laporan ini tidak dapat dicantumkan data internal perusahaan karena bersifat rahasia dan tidak dapat diakses oleh peserta magang untuk kepentingan laporan akhir. Oleh karena itu, informasi mengenai *budgeting* yang digunakan dalam proses ini hanya berupa acuan umum. Biasanya, estimasi harga sewa perlengkapan atau jasa vendor diperoleh dari riset harga di internet sebelum proses negosiasi dilakukan oleh *Event coordinator*.

3. *Event* Spesial: Bryant Kandani – “*Beyond the surface*”

Pada *event* “*Beyond the surface*” bersama Bryant Kandani, tahapan *planning* dilaksanakan lebih mendalam karena *event* ini berfokus pada edukasi *personal branding* untuk para-agent asuransi. Saya terlibat membantu tim *Documentation* untuk menyusun kebutuhan teknis dokumentasi, mulai dari daftar kebutuhan fotografer dan videografer, susunan kamera, hingga alat bantu pencahayaan.



Gambar 3.1.3.18 Membantu memonitor dan persiapan.
(Sumber: Peneliti 2025)

Selain kebutuhan teknis dokumentasi, saya juga membantu menyusun proposal kerjasama dengan Bryant Kandani. Proposal tersebut memuat informasi mengenai profil *event*, *benefit* yang ditawarkan, serta media publikasi yang akan digunakan untuk meningkatkan *visibilitas agency* yang dimiliki oleh Bryant. Kemudian saya juga turut membantu dalam membuat anggaran yang dibutuhkan tetapi tidak dapat diakses karena merupakan data internal perusahaan.

3.1.3.4 *Coordination*

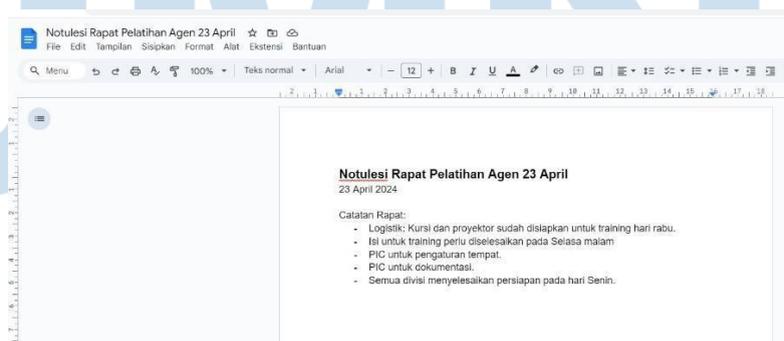
Tahap *coordination* adalah fase yang sangat menentukan keberhasilan suatu *event* karena pada tahapan ini seluruh perencanaan diimplementasikan dengan mengerahkan berbagai pihak (internal maupun eksternal). Koordinasi yang baik memastikan setiap anggota tim menjalankan tugasnya secara tepat, tanpa tumpang tindih. Menurut *Journal Bisnis dan Komunikasi Digital*, komunikasi terbuka dan kolaborasi lintas divisi sangat penting dalam komunikasi horisontal, vertikal, dan diagonal menjamin aliran informasi yang lancar serta pengambilan keputusan

yang efektif (Dewidianto et al., 2024). Artikel dari *Agievent.com* juga menekankan bahwa kesuksesan *event* sangat bergantung pada koordinasi antara tim internal, vendor, sponsor, dan mitra, yang harus dikelola secara terintegrasi.

Di Vision Corporation, proses koordinasi dilakukan secara intensif, baik melalui rapat rutin, komunikasi via WhatsApp, maupun *editing* langsung di lokasi acara. Sebagai peserta magang, saya mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses koordinasi ini agar mampu memahami secara riil bagaimana proses penyelenggaraan *event* profesional dijalankan di industri.

1. *Event* Mingguan: *Agent Training* (Rabu dan Sabtu)

Pada *event* mingguan *Agent Training*, proses koordinasi dilakukan dua kali dalam seminggu, yaitu setiap Selasa dan Jumat. Koordinasi ini dilakukan agar persiapan untuk *event* Rabu dan Sabtu dapat berjalan tanpa hambatan. Saya biasanya membantu *Event coordinator* dalam membuat catatan hasil rapat koordinasi (*minutes of meeting*) serta mendokumentasikan poin-poin penting yang harus segera ditindaklanjuti.



Gambar 3.1.3.19 Salah satu notulensi rapat yang ringkas
(Sumber: Peneliti 2025)

Salah satu tanggung jawab saya dalam proses ini adalah memastikan bahwa kebutuhan logistik yang telah dirancang pada tahap *planning* telah dipenuhi oleh vendor atau tim internal. Selain itu, saya juga sering berperan membantu tim *Venue & logistic* melakukan pengecekan lapangan sehari sebelum acara untuk memastikan kesiapan ruangan.



Gambar 3.1.3.20 Pengecekan di lapangan.

(Sumber: Peneliti 2025)

Koordinasi antar divisi tidak hanya terbatas pada logistik, tetapi juga melibatkan divisi *technical support* untuk memastikan perangkat presentasi dan audio visual telah diuji coba. Salah satu tantangan yang sering muncul adalah gangguan teknis pada proyektor atau perangkat suara yang harus segera diatasi sebelum acara dimulai. Untuk memastikan koordinasi berjalan efektif, saya membantu membuat *checklist* khusus uji coba peralatan yang dibagikan melalui *Google Docs*.



Gambar 3.1.3.21 Monitoring acara
(Sumber: Peneliti 2025)

2. *Event Spesial: Eva Alicia x World Women's Day*

Pada *event* kolaborasi bersama Eva Alicia, koordinasi dilakukan lebih intensif dengan melibatkan vendor eksternal seperti penyedia LED screen dan vendor cetak *backdrop*. Sebagai bagian dari tim *Event & Activation*, saya mendukung proses koordinasi ini dengan membantu mendokumentasikan progress pengiriman barang dari vendor dan mencatat kebutuhan yang masih kurang.

Salah satu contoh hasil kerja saya adalah foto progress pengiriman *backdrop* acara dari vendor ke lokasi *venue*, yang kemudian saya lampirkan dalam laporan internal divisi. Selain membantu *Venue & logistic*, saya juga membantu divisi *Documentation* dalam memastikan fotografer dan videografer memahami *rundown* acara agar momen-momen penting dapat terdokumentasikan dengan baik.



Gambar 3.1.3.22 Hasil *backdrop* dan *lightning*
(Sumber: Peneliti 2025)

Untuk meningkatkan efektivitas koordinasi antar tim, *Event coordinator* juga mengatur jadwal *technical meeting* sehari sebelum acara dimulai. Saya terlibat dalam mendokumentasikan jalannya *technical meeting* ini, mencatat siapa saja yang bertanggung jawab atas setiap bagian, serta membantu memeriksa ulang kesiapan visual panggung.

3. *Event Spesial: Bryant Kandani – “Beyond the surface”*

Pada *event personal branding “Beyond the surface,”* proses koordinasi dilakukan sejak dua minggu sebelum acara pelaksanaan. Saya mendukung tim *Documentation* untuk memastikan fotografer dan videografer memahami sudut-sudut terbaik untuk pengambilan gambar.



Gambar 3.1.3.23 Menjaga rekamanan dokumentasi
(Sumber: Peneliti 2025)

Salah satu tantangan dalam proses koordinasi *event* ini adalah memastikan semua peralatan dokumentasi dapat berfungsi dengan baik, terutama pencahayaan panggung yang harus sesuai dengan kebutuhan audiovisual Bryant Kandani. Setelah semua kebutuhan dikonfirmasi, *supervisor* akan memberikan persetujuan *final* sebelum *event* berlangsung. Setelah semua kebutuhan dikonfirmasi, *supervisor* akan memberikan persetujuan *final* sebelum *event* berlangsung.

3.1.3.5 Evaluation

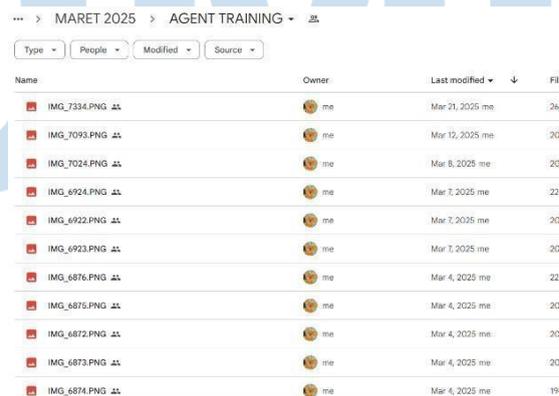
Evaluation merupakan tahap akhir dalam proses penyelenggaraan *event* yang berfungsi untuk mengukur efektivitas pelaksanaan acara, pencapaian target, dan tingkat kepuasan peserta. Dalam konsep *Special Events* yang dikemukakan oleh Joe Goldblatt (2020), evaluasi harus dilakukan secara sistematis agar dapat dijadikan rujukan untuk perbaikan di masa mendatang.

Proses evaluasi di Vision Corporation melibatkan pengumpulan *feedback* dari peserta, analisis pencapaian *Key Performance Indicators (KPI)*, serta penyusunan laporan akhir untuk *supervisor*. Evaluasi menjadi hal krusial, khususnya dalam memastikan bahwa setiap *event* yang diadakan sejalan dengan visi perusahaan.

1. *Event* Mingguan: *Agent Training* (Rabu dan Sabtu)

Proses evaluasi *event* mingguan *Agent Training* dilakukan setiap akhir pekan, tepatnya setelah *event* hari Sabtu selesai dilaksanakan. Salah satu tanggung jawab saya dalam proses ini adalah membantu menyusun laporan dokumentasi berupa rekap foto kegiatan, absensi peserta, serta catatan teknis dari tim *Venue & logistic*.

Seluruh dokumentasi tersebut kemudian dikompilasi menjadi satu *folder* yang dibagikan secara internal melalui *Google Drive*. Salah satu contoh hasil kerja saya adalah pembuatan *folder* dokumentasi bertajuk “Rekap *Agent Training* Maret 2025” yang berisi foto-foto hasil acara serta catatan kebutuhan teknis untuk minggu berikutnya.



Gambar 3.3.24 *folder* “*Agent Training*” di *Google Drive*.

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Selain rekap dokumentasi, saya juga mendukung tim dalam proses analisis kendala teknis selama acara berlangsung. Biasanya, saya membantu mencatat laporan kendala seperti keterlambatan pengaturan alat presentasi atau kendala teknis pada perangkat audio. Catatan tersebut kemudian dibahas dalam *editing* mingguan untuk dicari solusinya bersama-sama.



Gambar 3.1.3.25 Membantu melakukan pengecekan teknis
(Sumber: Peneliti 2025)



Gambar 3.1.3.26 Bertugas dalam acara (Sumber: Peneliti 2025)

Salah satu sumber evaluasi juga berasal dari *feedback* yang dikumpulkan melalui *Google Form* yang disebar kepada peserta. Dengan adanya evaluasi rutin tersebut, pelaksanaan *Agent Training* dapat terus mengalami perbaikan dari minggu ke minggu (Kasmad, 2021).



Gambar 3.1.3.27 Penggunaan QR dalam acara
(Sumber: Peneliti 2025)

2. *Event Spesial: Eva Alicia x World Women's Day*

Evaluasi *event* Eva Alicia difokuskan pada efektivitas implementasi visual yang saya kerjakan, khususnya desain *flyer* dan *backdrop* panggung. Salah satu tolok ukur keberhasilan visual dapat dilihat dari respon peserta yang hadir langsung pada acara. Saya mendukung tim *Event & Activation* dengan mendokumentasikan kondisi visual panggung saat acara berlangsung, termasuk bagaimana *backdrop* yang telah didesain sesuai dengan konsep yang diusung. Selain itu, saya membantu mencatat masukan internal dari panitia dan divisi terkait mengenai kualitas hasil cetak visual, terutama dari sisi kecerahan warna dan kesesuaian ukuran *backdrop* dengan area panggung.



Gambar 3.1.3.28 Hasil *backdrop* acara (Sumber: Peneliti 2025)

Selama proses pelaksanaan, ada catatan penting yang saya dokumentasikan yaitu terkait pemasangan *backdrop* yang sempat mengalami kendala teknis dari vendor, sehingga membutuhkan waktu tambahan untuk penyelesaian.



Gambar 3.1.3.29 Proses *loading* barang (Sumber: Peneliti 2025)

Catatan tersebut menjadi bagian dari laporan evaluasi untuk perbaikan di *event* berikutnya, dengan rekomendasi agar vendor diminta melakukan pemasangan sehari sebelum acara. Evaluasi tersebut sesuai dengan prinsip *Simple, Practical, Easy, Effective, Duplicable (SPEED)* yang selalu diterapkan dalam setiap tahapan *event* di Vision Corporation.

3. *Event* Spesial: Bryant Kandani – “*Beyond the surface*”
Evaluasi untuk *event* Bryant Kandani “*Beyond the surface*” dilakukan berdasarkan efektivitas distribusi *flyer* yang telah saya buat dan sebarkan secara langsung ke jaringan internal Vision Corporation. Seluruh peserta acara ini merupakan bagian dari *agent* yang rutin mengikuti *training* mingguan, sehingga penyebaran *flyer* dilakukan secara tertarget melalui jalur komunikasi internal perusahaan. Saya membantu mengirimkan hasil distribusi *flyer* serta memastikan bahwa seluruh peserta telah mendapatkan informasi melalui jalur tersebut.



Gambar 3.1.3.30 Event Bryant Kandani (Sumber: Peneliti 2025)

U M N

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.2 Kendala yang Ditemukan

3.2.1 Kendala Utama

1. Kendala Teknis:

- Kualitas dokumentasi rendah karena keterbatasan kamera dan mikrofon.
- Kesulitan mengoperasikan perangkat lunak desain grafis secara optimal.
- Waktu pengerjaan desain terhambat karena proses belajar mandiri yang belum efisien.

2. Kendala Manajerial

- Perbedaan jadwal antar divisi menyebabkan koordinasi sulit dilakukan.
- Tidak adanya dokumentasi rapat menyebabkan informasi tidak merata.
- Komunikasi lambat dengan vendor atau narasumber mengakibatkan keterlambatan pekerjaan

3. Kendala Konseptual:

- Kurangnya pengalaman dalam menyusun pesan komunikasi yang sesuai dengan target audiens.
- Riset audiens belum sepenuhnya dapat diterjemahkan dalam materi visual.
- Kurangnya pemahaman penerapan teori komunikasi ke dalam praktik desain.

4. Kendala Situasional:

- Perubahan konsep acara secara mendadak menuntut adaptasi cepat.
- Permintaan revisi mendadak dari atasan menambah beban kerja.
- Koneksi internet yang tidak stabil menghambat koordinasi online.

3.2.2 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani magang dan menghadapi berbagai kendala, Penulis menerapkan beberapa solusi agar pekerjaan dapat berjalan dengan lebih lancar dan efektif. Berikut ini adalah solusi yang dilakukan berdasarkan kendala yang dihadapi:

1. Solusi Teknis:

- Menggunakan perangkat pribadi (kamera/ponsel) sebagai cadangan dokumentasi.
- Mengikuti video tutorial daring terkait desain grafis secara berkala.
- Berkonsultasi dengan tim desain untuk mendapatkan masukan teknis dan estetis.

2. Solusi Manajerial:

- Menyusun dan membagikan notulen singkat setiap hasil kerja kepada tim.
- Membuat grup komunikasi khusus proyek agar koordinasi lebih fokus.
- Menerapkan pola komunikasi singkat dan langsung saat berinteraksi dengan vendor.

3. Solusi Konseptual:

- Berdiskusi dengan supervisor untuk menyelaraskan konsep komunikasi dan desain.
- Melakukan evaluasi desain secara berkala bersama tim kreatif.
- Mempelajari referensi visual dari brand lain yang menargetkan audiens serupa.

4. Solusi Situasional:

- Membuat to-do list harian dan menerapkan teknik time blocking.
- Memulai pekerjaan lebih awal untuk mengantisipasi revisi mendadak.
- Mengoptimalkan penggunaan perangkat seluler untuk tetap terhubung saat kondisi tidak memungkinkan bekerja di tempat.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA