

**AKTIVITAS *EVENT STRATEGY* DI
KAPANLAGI YOUNIVERSE**



LAPORAN MAGANG

BRIGITA MARGARETA LUMBANTORUAN

00000078410

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**AKTIVITAS *EVENT STRATEGY* DI
KAPANLAGI YOUNIVERSE**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

BRIGITA MARGARETA LUMBANTORUAN

00000078410

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Brigita Margareta Lumbantoruan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000078410

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *EVENT STRATEGY* DI KAPANLAGI YOUNIVERSE

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 22 Juni 2025



(Brigita Margareta Lumbantoruan)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
AKTIVITAS *EVENT STRATEGY* DI KAPANLAGI YOUNIVERSE

Oleh

Nama : Brigita Margareta Lumbantoruan

NIM : 00000078410

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 16 Juli 2025

Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.

NIDN 0326098501

Fakhriy Dinansyah, M.M.,

M.I.Kom.

NIDN 0304039001

Pembimbing

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.

NIDN 0326098501

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Brigita Margareta Lumbantoruan

NIM : 00000078410

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

AKTIVITAS *EVENT STRATEGY* DI KAPANLAGI YOUNIVERSE

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 22 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Brigita Margareta Lumbantoruan)

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

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS *EVENT STRATEGY* DI KAPANLAGI YOUNIVERSE”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
5. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Sidang dan Bapak Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M selaku Dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. KapanLagi Youniverse, yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada saya untuk melaksanakan kegiatan magang serta memperoleh pengalaman berharga di dunia kerja nyata.
7. Aldin Nizar selaku supervisor magang, atas arahan, bimbingan, serta persetujuan dan kepercayaan yang telah diberikan selama saya menjalani kegiatan magang.

8. Ocktavian Whasta Wirawan selaku mentor, yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, serta memotivasi saya selama proses magang berlangsung.
9. Victorio Kusumo, Alma Felisha, Cindy Theresa dan Gabriella Salim, rekan magang yang telah menemani, membantu, serta menjadi bagian dari perjalanan berharga ini.
10. Christian Philander Sihombing dan Bungka Rico Hutabalian, sepupu saya, yang telah memberikan banyak bantuan dan dorongan selama proses penyusunan laporan ini.
11. Fitri Yuniarsih, Feby Amelia, Jovita Natalie Tambunan, Octaria Rizki Camila, Magdalena Sihombing dan semua teman-teman saya yang sudah menemani dan menjadi pendukung bagi saya.
12. Seluruh anggota keluarga tercinta, atas segala dukungan, baik secara moral maupun material, serta motivasi dan doa yang tiada henti dalam menyelesaikan laporan magang ini.

Semoga laporan ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 22 Juni 2025



(Brigita Margareta Lumbantoruan)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS *EVENT STRATEGY* DI KAPANLAGI YOUNIVERSE

Brigita Margareta Lumbantoruan

ABSTRAK

Perkembangan industri periklanan dan media digital dalam satu dekade terakhir mendorong munculnya kebutuhan akan strategi komunikasi yang tidak hanya kreatif, tetapi juga mampu menjembatani interaksi langsung antara *brand* dan audiens. KapanLagi Youniverse (KLY) sebagai bagian dari industri media digital nasional memberikan ruang pembelajaran yang relevan melalui divisi *Marketing Communication*, khususnya pada subbidang *Event Strategy*. Program magang ini bertujuan untuk mengimplementasikan konsep perencanaan *event* dalam kerangka komunikasi pemasaran, dengan fokus pada tugas-tugas strategis seperti penyusunan *cost production*, pemetaan mitra eksternal, serta keterlibatan dalam diskusi perencanaan kampanye dan *event*. Magang dilaksanakan selama 640 jam dengan posisi sebagai *Event Strategy Intern*. Selama periode magang, pemegang mempelajari praktik kerja profesional dalam merancang strategi *event* yang melibatkan riset pihak eksternal. Kendala yang dihadapi mencakup keterbatasan akses terhadap hasil akhir dari dokumen yang disusun serta perubahan sistem kerja yang memengaruhi ritme koordinasi internal. Kesimpulan dari kegiatan magang ini menunjukkan bahwa perencanaan *event* dalam konteks industri media digital tidak hanya menuntut kemampuan konseptual, tetapi juga keterampilan komunikasi lintas fungsi dan adaptabilitas terhadap dinamika kerja yang cepat berubah.

Kata kunci: Industri Media Digital, Perencanaan *Event*, Praktik Magang, Riset Eksternal, Strategi Komunikasi

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

STRATEGIC EVENT ACTIVITIES AT KAPANLAGI YOUNIVERSE

Brigita Margareta Lumbantoruan

ABSTRACT (ENGLISH)

The development of the advertising and digital media industry over the past decade has driven the need for communication strategies that are not only creative but also capable of bridging direct interaction between brands and audiences. KapanLagi Youniverse (KLY), as part of the national digital media industry, provides relevant learning opportunities through its Marketing Communication division, particularly in the subfield of Event Strategy. This internship program aims to implement event planning concepts within the framework of marketing communication, with a focus on strategic tasks such as cost production planning, mapping external partners, and participating in campaign and event planning discussions. The internship is conducted over 640 hours in the role of Event Strategy Intern. During the internship period, interns learn professional work practices in designing event strategies that involve external research. Challenges faced include limited access to the final results of documents prepared and changes in work systems that affect the rhythm of internal coordination. The conclusion from this internship activity indicates that event planning in the context of the digital media industry not only requires conceptual skills but also cross-functional communication skills and adaptability to rapidly changing work dynamics.

Keywords: *Digital Media Industry, Event Planning, Internship Practice, Research External, Communication Strategy*

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

DAFTAR ISI

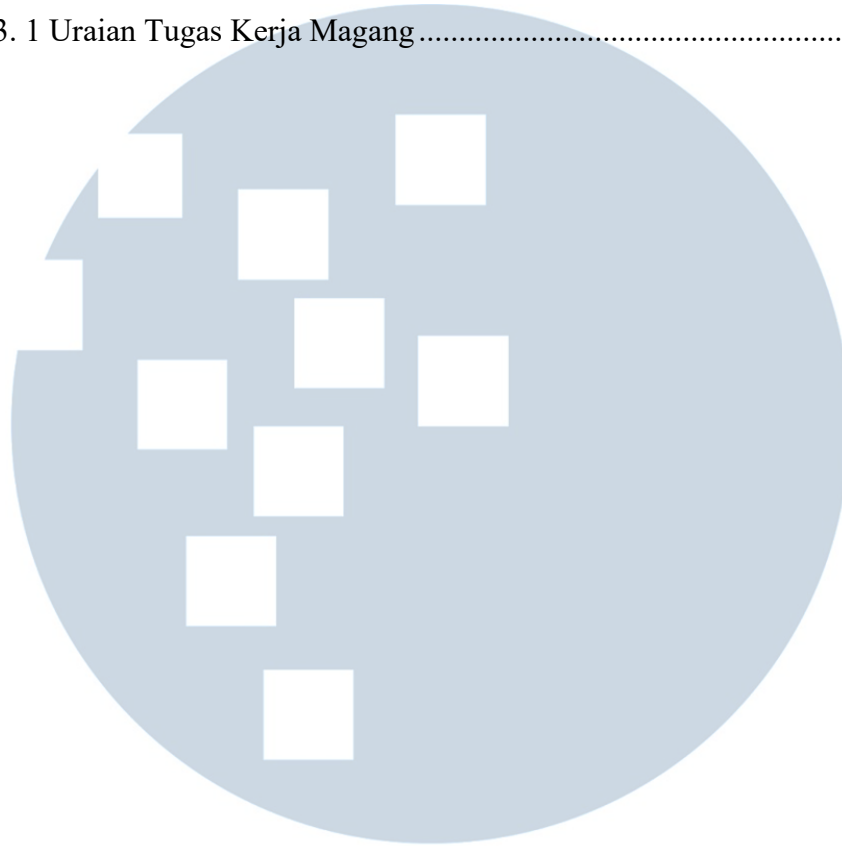
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (ENGLISH)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Tentang KapanLagi Youniverse (KLY).....	8
2.2 Visi Misi KapanLagi Youniverse	11
2.3 Struktur Organisasi KapanLagi Youniverse	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	16
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	18
3.2.1 Tugas Kerja Magang	18

3.3	Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	41
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		43
4.1	Simpulan	43
4.2	Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....		46
LAMPIRAN.....		48



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Uraian Tugas Kerja Magang	19
--	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo KapanLagi Youniverse	8
Gambar 2. 2 Logo Liputan 6	9
Gambar 2. 3 Logo Merdeka.com	9
Gambar 2. 4 Logo KapanLagi.com.....	9
Gambar 2. 5 Logo Fimela	9
Gambar 2. 6 Logo Bola.com	10
Gambar 2. 7 Logo Brilio.net	10
Gambar 2. 8 Logo Dream.co.id.....	10
Gambar 2. 9 Struktur Organisasi KapanLagi Youniverse	12
Gambar 2. 10 Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication KLY	14
Gambar 3. 1 Bagan Kedudukan Kerja Magang Selama Proses Magang	16
Gambar 3. 2 7 Tahapan perencanaan Event.....	21
Gambar 3. 3 Contoh deck event yang disusun oleh tim planner untuk menjadi bahan diskusi dalam meeting.....	22
Gambar 3. 4 Contoh brief Yamaha Mio Talent Hunt 2025	23
Gambar 3. 5 Contoh brief Pocky Fimela Playdate.....	24
Gambar 3. 6 MOM Yang Ditulis Oleh Pekerja Magang Saat Mengikuti Meeting Dengan Tim Event Strategy	26
Gambar 3. 7 Listing kampus sebagai mitra potensial untuk event	27
Gambar 3. 8 Brief Untuk Event Brand Bodrex Yang Dikirim Tim Planner Via Email	32
Gambar 3. 9 Deck event Bodrex dan detail event.....	33
Gambar 3. 10 Format Line-Item Budget yang Disusun oleh Pemagang	34
Gambar 3. 11 Contoh Program Budget Berdasarkan Kebutuhan Kampanye.....	35
Gambar 3. 12 Kordinasi Supervisor untuk Melakukan Update Pada Draft Cost Pro Event Yamaha.....	36
Gambar 3. 13 Menjalin Hubungan Dengan Pihak Superpark Selaku Venue Potensial.....	38
Gambar 3. 14 Koordinasi pemagang dengan salah satu dari pihak institusi pendidikan.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 MBKM 01	48
Lampiran 2 MBKM 02	49
Lampiran 3 MBKM 03	50
Lampiran 4 MBKM 04	51
Lampiran 5 LoA.....	52
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	53
Lampiran 7 CV.....	56
Lampiran 8 Pemegang dengan rekan magang lainnya.....	57
Lampiran 9 Pemegang dengan rekan magang lainnya.....	58
Lampiran 10 Pemegang dengan Tim Event Strategy.....	59
Lampiran 11 Panitia KLBB 2025	60
Lampiran 12 Pemegang dengan rekan sebagai penanggungjawab booth penjualan merchandise.....	61
Lampiran 13 Tim Event Strategy berdiskusi dengan Tim Multimedia	62
Lampiran 14 Meeting dengan Tim Bola.com	63

