

**AKTIVITAS *EVENT MARKETING INTERN* DI
AKANG GROUP (RM PAYAKUMBUAH)**



LAPORAN MAGANG

NAURA SYIFFA AMALIA

00000062799

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

**AKTIVITAS *EVENT MARKETING MANAGER* INTERN DI
AKANG GROUP (RM PAYAKUMBUAH)**



LAPORAN MAGANG

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

NAURA SYIFFA AMALIA

00000062799

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Naura Syiffa Amalia

Nomor Induk Mahasiswa 00000062799

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *EVENT MARKETING INTERN* DI AKANG GROUP (RM PAYAKUMBUAH)

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 skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 27 Juni 2025



Naura Syiffa Amalia

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
AKTIVITAS *EVENT MARKETING INTERN*
DI AKANG GROUP (RM PAYAKUMBUAH)

Oleh
Nama : Naura Syiffa Amalia
NIM : 00000062799
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 16 Juli 2025 Pukul
10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang

Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.

NIDN: 0302077803

Penguji

Pembimbing

Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.

NIDN: 0302077803

Maria Advenita Gita Elmada,

S.I.Kom, M.Si.

NIDN: 0309129202

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 : Naura Syiffa Amalia

NIM 00000062799

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 MARKETING INTERN DI AKANG GROUP (RM PAYAKUMBUAH)

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 tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 27 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Naura Syiffa Amalia)

KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS EVENT MARKETING INTERN DI AKANG GROUP (RM PAYAKUMBUAH)” 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 bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Andrey Handoko, MSc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Nadya Sonica selaku supervisor magang yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses magang di Akang Group.
5. Orang tua dan keluarga yang hadir memberikan semangat, motivasi, serta doa dan dukungan moral yang berarti dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
6. Indrawan Dwi Prasetyo yang dengan sabar dan tulus selalu mendampingi serta mendukung penulis melalui motivasi dan semangat, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

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

Tangerang, 25 Juni 2025



Naura Syiffa Amalia



AKTIVITAS *EVENT MARKETING INTERN* DI AKANG GROUP (RM PAYAKUMBUAH)

Naura Syiffa Amalia

ABSTRAK

Pemilihan tempat magang didasarkan pada tingginya pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia yang diiringi dengan meningkatnya aktivitas promosi berbasis *event management*. Tujuan dari kegiatan magang ini adalah untuk mengimplementasikan pengetahuan akademik, khususnya yang berkaitan dengan mata kuliah *Brand Storytelling*, *Special Event and Brand Activation* ke dalam praktik kerja nyata; meningkatkan kemampuan *soft skill* dan *hard skill* sebagai bekal profesional setelah masa studi; serta membangun relasi dengan profesional di lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Perusahaan yang menjadi tempat kerja magang adalah Akang Group, khususnya pada unit RM Payakumbuh yang bergerak di sektor kuliner modern dengan konsep makanan Minang. Posisi yang diambil dalam kegiatan magang adalah Event Marketing Intern yang berada di bawah Divisi *Marketing & Creative*. Tugas utama posisi ini meliputi penyusunan konsep acara, pengelolaan kegiatan pra-acara (*pre-event*), pelaksanaan teknis di hari-H (*event delivery*), serta penyusunan evaluasi pasca-acara (*post-event*). Konsep yang digunakan dalam laporan magang ini adalah teori manajemen event yang terdiri atas tiga tahap utama yaitu *pre-event*, *event delivery*, dan *post-event* berdasarkan (Bladen et al., 2022). Kendala utama yang dihadapi dalam pelaksanaan magang adalah keterbatasan ruang observasi dalam pengambilan keputusan strategis dan minimnya kejelasan pembagian tugas di awal penempatan. Setelah menjalani program magang selama 640 jam, diperoleh kesimpulan bahwa keterlibatan langsung dalam tiap tahapan event memberikan pemahaman yang mendalam mengenai penerapan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan. Selain itu, kegiatan magang ini turut mendorong peningkatan kemampuan penulis melalui pengalaman kerja yang menuntut koordinasi, ketepatan, dan adaptasi di lingkungan profesional. Magang ini juga membuka peluang untuk membangun relasi dengan pihak internal perusahaan dan mitra eksternal, yang menjadi modal penting dalam pengembangan karier dan jejaring profesional ke depannya.

Kata kunci: *event marketing*, magang, *pre-event*, *event delivery*, *post-event*

EVENT MARKETING ACTIVITIES INTERNSHIP AT AKANG GROUP (RM PAYAKUMBUAH)

Naura Syiffa Amalia

ABSTRACT

The selection of the internship placement was based on the significant growth of the food and beverage industry in Indonesia, accompanied by an increasing trend in event-based promotional activities. The purpose of this internship was to implement academic knowledge—particularly from the courses Brand Storytelling, Special Event, and Brand Activation—into real-world professional practice; to enhance soft skills and hard skills as future career capital; and to build connections with professionals from both internal and external environments of the company. The internship was conducted at Akang Group, specifically under the unit RM Payakumbuh, which operates in the modern culinary sector with a Minangkabau food concept. The position undertaken during the internship was Event Marketing Intern under the Marketing & Creative Division. The main responsibilities included event concept development, management of pre-event activities, technical execution on the event day (event delivery), and post-event evaluation. The theoretical framework applied in this report refers to the three main stages of event management—pre-event, event delivery, and post-event—based on (Bladen et al., 2022). The main challenges faced during the internship were limited access to strategic decision-making processes and a lack of clarity in task distribution at the beginning of the placement. After completing 640 hours of internship, it can be concluded that active involvement in each event phase provided a deep understanding of how theoretical knowledge acquired during university is applied in professional settings. In addition, the internship helped improve the intern's personal competencies through experiences that required coordination, precision, and adaptability in a professional environment. This internship also provided valuable opportunities to build relationships with internal teams and external partners, serving as a strong foundation for future career development and professional networking.

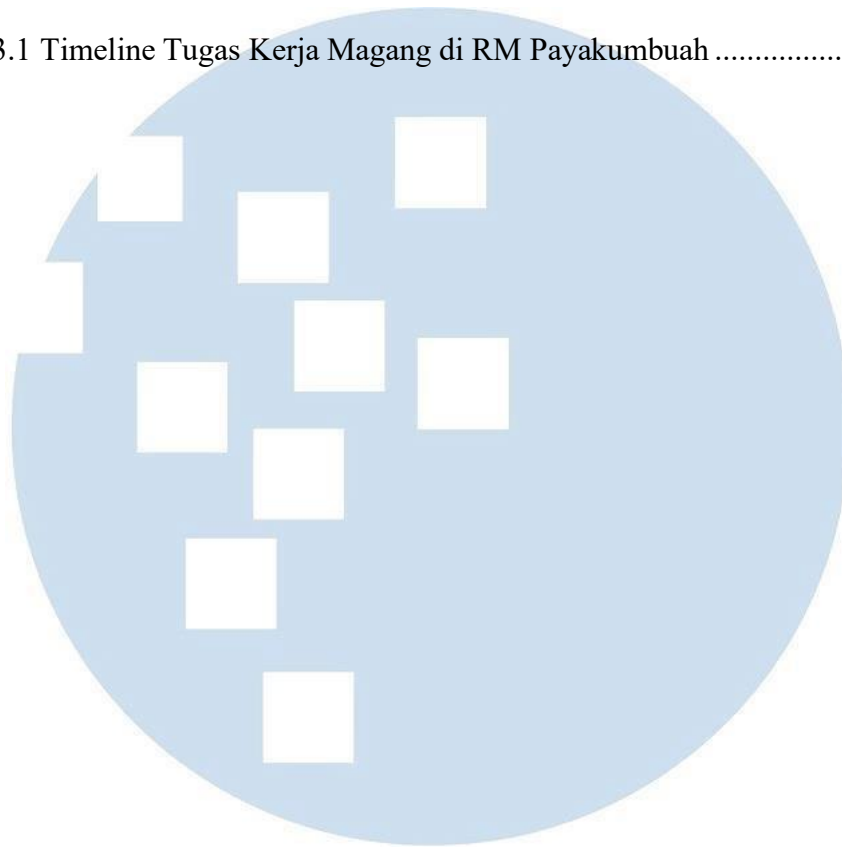
Keywords: event marketing, internship, pre-event, event delivery, post-event

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1 Tentang Akang Group (RM Payakumbuh)	9
2.2 Visi Misi Akang Group	11
2.3 Struktur Organisasi Payakumbuh	12
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	15
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	16
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	37
4.1 Simpulan	37
4.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN 1	41
LAMPIRAN 2	46
LAMPIRAN 3	50
LAMPIRAN 4	51

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline Tugas Kerja Magang di RM Payakumbuh	16
--	----



UMN

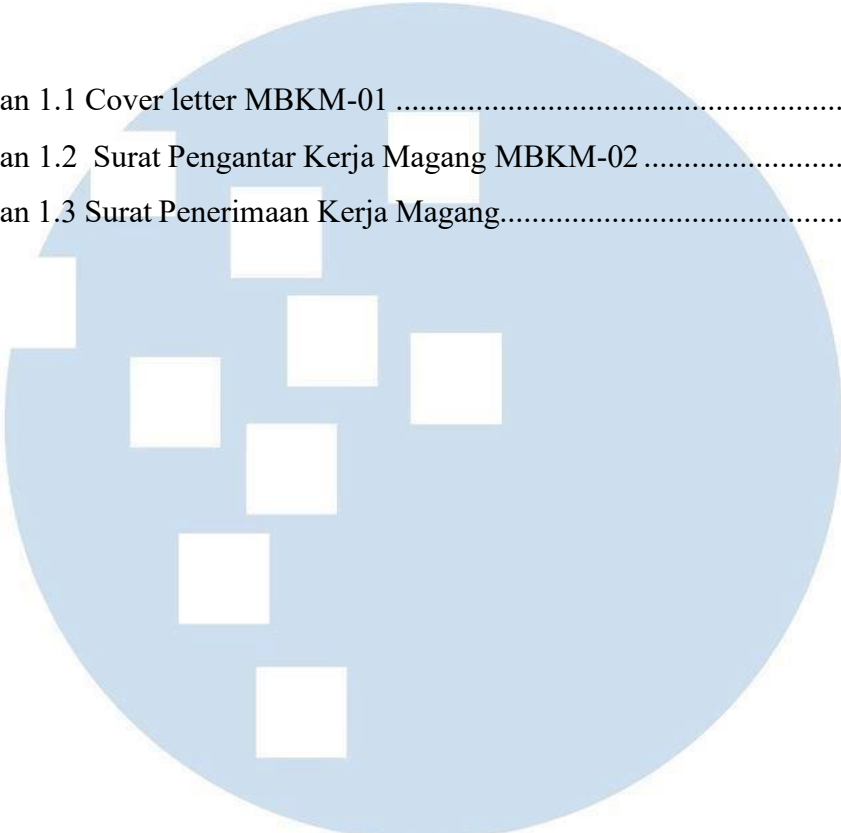
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pertumbuhan industri makanan dan minuman 2011-2023	2
Gambar 1.2 RM Payakumbuah pertama.....	4
Gambar 1.3 Arief Muhammad selaku pendiri RM Payakumbuah.....	5
Gambar 2.1 Logo PT. Rasa Muda Makmur	10
Gambar 2.2 Cabang pertama RM Payakumbuah.....	11
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Payakumbuah.....	12
Gambar 2.4 Struktur Departemen Marketing & Creative Payakumbuah	13
Gambar 3.1 Proses planning bersama tim Event, Sosial Media dan Creative Marketing RM Payakumbuah.....	19
Gambar 3.2 Proses Budgeting Event Grand Opening RM Payakumbuah cabang Surabaya, Citraland	20
Gambar 3.3 Meeting online briefing event Grand Opening RM Payakumbuah cabang Surabaya, Citraland	21
Gambar 3.4 Parade pickup Event Grand Opening RM Payakumbuah cabang Padalarang	23
Gambar 3.5 Parade pickup Event Grand Opening RM Payakumbuah cabang Yogyakarta	23
Gambar 3.6 Event Grand Opening RM Payakumbuah cabang Karawang	24
Gambar 3.7 Event Grand Opening RM Payakumbuah cabang Padalarang.....	24
Gambar 3.8 Event Grand Opening RM Payakumbuah cabang Yogyakarta.....	25
Gambar 3.9 Dokumentasi Event Mama Lemon x Payakumbuah.....	26
Gambar 3.10 Dokumentasi Event Payakumbuah Golf Tournament	27
Gambar 3.11 Dokumentasi Event Payakumbuah Golf Tournament	29
Gambar 3.12 Dokumentasi Event Payakumbuah Fun Run 5K dan Grand Opening RM Payakumbuah cabang Surabaya, Citraland	31
Gambar 3.13 Dokumentasi Event Payakumbuah Fun Run 5K dan Grand Opening RM Payakumbuah cabang Surabaya, Citraland	32
Gambar 3.14 Dokumentasi meeting evaluasi Event Payakumbuah Fun Run 5K dan Grand Opening RM Payakumbuah cabang Surabaya, Citraland.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Cover letter MBKM-01	41
Lampiran 1.2 Surat Pengantar Kerja Magang MBKM-02	42
Lampiran 1.3 Surat Penerimaan Kerja Magang.....	43



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA