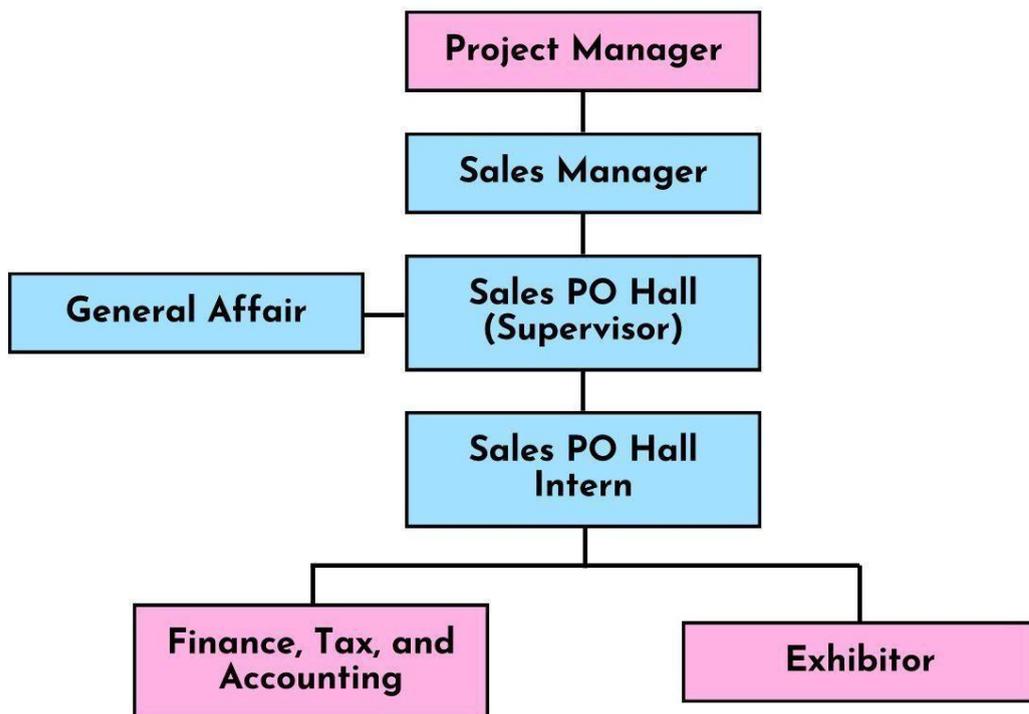


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Berperan sebagai *Event Management*, pemegang perlu melakukan koordinasi dan komunikasi dengan berbagai pihak. Berikut merupakan bagan kedudukan dan koordinasi pemegang selama bertugas:



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan dan Koordinasi *Event Management Sales PO Hall*
(Sumber: Data olahan pemegang, 2025)

Divisi *Event Management* dipimpin oleh *Project Manager* yang bertanggung jawab atas keseluruhan pelaksanaan proyek event. Di bawahnya, terdapat *Sales Manager* yang mekoordinasikan kegiatan tim, termasuk *Sales PO Hall* dan *Sales PO Hall Intern*. Pemegang menempati posisi sebagai *Sales PO Hall Intern* yang berada langsung di bawah bimbingan *supervisor*. Dalam pelaksanaan tugas harian, pemegang juga berkoordinasi dengan berbagai divisi

pendukung lainnya, seperti *General Affair* yang menangani kebutuhan operasional lapangan, serta tim *Finance, Tax, and Accounting* yang berperan dalam hal administrasi keuangan dan pelaporan.

Sebagai *Sales PO Hall Intern*, pemegang berperan untuk menjadi garda terdepan dalam menjalin komunikasi langsung dengan *exhibitor*. Tidak hanya menjalankan fungsi administratif seperti pengelolaan data dan dokumen, pemegang juga berperan sebagai penghubung antara tim internal dan pihak *exhibitor* untuk memastikan kelancaran informasi, pelayanan kebutuhan teknis, serta penyelesaian kendala di lapangan. Alur koordinasi sebagai penghubung antara beberapa pihak dimulai dari pemegang dan *supervisor* yang menghubungi *exhibitor* yang berpartisipasi dalam pameran *Indonesia International Furniture Expo (IFEX) 2025*. *Exhibitor* yang akhirnya memutuskan untuk berpartisipasi dalam pameran akan melakukan pembayaran yang nantinya diteruskan kepada tim *finance* untuk diproses *invoice* pembayarannya. Pastinya, seluruh proses akan diawasi secara menyeluruh oleh *Project Manager* untuk memastikan koordinasi yang optimal dan hasil yang maksimal, serta menjamin pelaksanaan berjalan sesuai standar.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama masa kerja magang di PT. Dyandra Promosindo, pemegang bekerja sebagai *Event Management, Sales PO Hall Intern* dalam pameran *Indonesia International Furniture Expo (IFEX) 2025*, yang diselenggarakan pada tanggal 6-9 Maret 2025 di Jakarta *International Expo (JIEXPO)*. Berdasarkan Surat Keputusan Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor KM. 108/HM.703/MPT-91 Pasal 1C, pameran (*exhibition*) didefinisikan sebagai sebuah kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi dan melakukan promosi yang berkaitan dengan pelaksanaan konvensi maupun sektor pariwisata.

Menurut buku *Festival and Special Event Management, Event Management* merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan tertentu yang bersifat sementara dan bertujuan untuk menciptakan pengalaman bagi audiens atau peserta yang terlibat. Proses ini melibatkan elemen-elemen kunci seperti penetapan tujuan acara, manajemen sumber daya manusia, pengelolaan logistik, strategi pemasaran, komunikasi, serta evaluasi pasca acara. (Allen et al., 2022)

Allen menyatakan bahwa keberhasilan sebuah *event* tidak hanya terletak pada pelaksanaannya, tetapi pada bagaimana seluruh tahapan, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Setiap tahap tersebut membutuhkan peran-peran spesifik yang terstruktur, termasuk di antaranya perencanaan teknis, pengelolaan stakeholder, pengelolaan risiko, dan pelayanan pelanggan.

Penerapan teori pada mata kuliah *Communication for Sustainable Development* juga dapat terlihat dalam penyusunan strategi komunikasi *event*, terutama pada tahap perencanaan dan pelaksanaan. Salah satu prinsip dalam teori ini adalah pentingnya integrasi komunikasi sejak awal proyek dan menjadikan komunikasi sebagai bagian dari desain intervensi sosial, bukan sekadar alat penyampaian pesan. Pendekatan ini sangat relevan dalam praktik perencanaan IFEX, di mana strategi komunikasi digital dan kampanye promosi dirancang dengan mempertimbangkan identitas audiens, nilai-nilai keberlanjutan, serta tujuan kolaboratif antar pemangku kepentingan.

Dalam praktik profesional, *Event Management* merupakan suatu proses kompleks yang terdiri dari serangkaian tahapan terstruktur dan saling berkesinambungan. Menurut (Allen et al., 2022) dalam buku *Festival and Special Event Management*, terdapat empat tahapan utama dalam *event management* yang menjadi kerangka dasar dalam merancang dan menyelenggarakan sebuah acara, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *leading* (pelaksanaan/pengarahan), dan *controlling* (pengendalian atau evaluasi).

Selain itu, kerangka kerja *The Event Management Process* menurut Joe Goldblatt juga memberikan pendekatan komprehensif dalam penyelenggaraan event. Proses ini terdiri atas lima tahap utama: *research, design, planning, coordination, dan evaluation*. Tahap *research* menjadi langkah awal untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi peserta. Riset yang dilakukan secara menyeluruh membantu mengurangi risiko kegagalan. Selanjutnya, tahap *design* menekankan pengembangan konsep acara yang kreatif dan relevan dengan identitas brand serta pengalaman acara sebelumnya. Tahap *planning* menyusun kegiatan secara rinci dan realistis. *Coordination* melibatkan pengelolaan sumber daya dan komunikasi antar pemangku kepentingan, termasuk kegiatan pra-event. Terakhir, tahap *evaluation* mencakup peninjauan menyeluruh dan dokumentasi sebagai bentuk pertanggungjawaban dan pembelajaran untuk penyelenggaraan selanjutnya. (Ramadhan & Sudarno, 2022)

Tahap Pekerjaan	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Januari		Februari				Maret				April				Mei				Juni				
			3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Pre- Production	Planning (Perencanaan)	Data Collecting																							
		Information Structuring																							
	Organizing (Pengorganisasian)	Internal Coordination																							
		Information Finalization																							
Production	Leading (Pelaksanaan/ Pengarahan)	Real-time Assisting																							
		Issue Handling																							
Post- Production	Controlling (Pengendalian/ Evaluasi)	Evaluation & Feedback																							
		Data Recap																							

Gambar 3.2 Bagan Tugas dan Uraian Kerja Magang *Event Management* (Sumber: Data Olahan Pemagang, 2025)

3.2.1 Planning

Planning atau yang bisa disebut juga sebagai perencanaan, merupakan tahap awal yang krusial dalam siklus *Event Management*. Menurut (Allen et al., 2022), tahap perencanaan adalah proses merumuskan arah, tujuan, dan skenario pelaksanaan *event* secara menyeluruh. Perencanaan mencakup penetapan visi dan misi acara, perumusan tujuan yang spesifik dan terukur, identifikasi target audiens, penentuan lokasi dan tanggal acara, penyusunan anggaran, strategi promosi, hingga perancangan skema logistik dan alur operasional. Bowdin dalam buku *Events Management* juga menekankan bahwa perencanaan harus

bersifat sistematis dan berbasis data, agar setiap komponen acara saling terintegrasi dan memiliki dasar logis dalam pengambilan keputusan. Tahap ini juga melibatkan identifikasi risiko potensial serta antisipasi terhadap kendala yang mungkin timbul. (Bowdin et al., 2006)

Dalam praktiknya, proses perencanaan tidak hanya mencakup tahap *planning* secara teknis, tetapi juga melibatkan tahap *design* sebagai bagian penting dalam pengembangan konsep acara. Menurut Goldblatt, tahap *design* menekankan pada penyusunan konsep acara yang kreatif, relevan dengan identitas brand, dan mempertimbangkan pengalaman acara sebelumnya. Sementara tahap *planning* merinci kegiatan secara realistis berdasarkan data dan kondisi aktual yang ada. Kedua tahapan ini berjalan beriringan dan menjadi fondasi penting dalam membangun acara yang terstruktur dan bermakna. (Ramadhan & Sudarno, 2022)

Dalam konteks kegiatan magang pada penyelenggaraan Indonesia *International Furniture Expo (IFEX) 2025*, tahap perencanaan dimulai sejak akhir tahun 2024, dengan fokus utama pada persiapan kebutuhan administrasi, teknis, dan komunikasi. Pemegang, sebagai *Event Management Sales PO Hall intern*, terlibat secara aktif dalam proses ini melalui aktivitas *data collecting*, yakni dengan mengumpulkan dan merekap *show preview* serta *form operational* dari *exhibitor* sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan awal penyelenggaraan.

Sesuai dengan tahapan awal dalam *The Event Management Process* menurut Joe Goldblatt, proses perencanaan diawali dengan tahap *research* yang bertujuan untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi peserta maupun *stakeholder* acara. Meskipun pemegang tidak secara langsung melakukan riset akademik, aktivitas pengumpulan data *exhibitor* seperti katalog produk, profil perusahaan, kebutuhan teknis, dan informasi pendukung lainnya merupakan bagian dari proses riset ini. Data yang dikumpulkan melalui *operational form* dan *show preview* tersebut menjadi fondasi awal dalam menyusun perencanaan yang matang. (Ramadhan & Sudarno, 2022)

Dalam perspektif mata kuliah *Communication for Sustainable Development*, aktivitas riset ini merepresentasikan bentuk awal dari partisipasi

pemangku kepentingan dalam desain program. Dengan memahami ekspektasi dan nilai dari exhibitor, event dapat dirancang untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan teknis, tetapi juga membangun relasi jangka panjang yang berbasis kepercayaan dan kolaborasi. Ini sejalan dengan pendekatan komunikasi strategis yang menempatkan audiens sebagai subjek aktif dalam proses perencanaan.

Hasil riset ini kemudian digunakan dalam tahap *planning* untuk menyusun alur kerja yang sistematis dan realistis. Dalam praktiknya, perencanaan ini meliputi penjadwalan pengumpulan data, pemetaan kebutuhan teknis dasar seperti listrik dan fasilitas booth, identifikasi risiko keterlambatan input data, serta penyusunan alur komunikasi lintas divisi untuk mempermudah proses klarifikasi dan konfirmasi kebutuhan exhibitor. Proses perencanaan juga menyentuh penyusunan *timeline* internal, rencana pengarsipan dokumen, dan strategi komunikasi awal kepada peserta pameran, yang semuanya disesuaikan dengan kapasitas sumber daya dan batas waktu yang tersedia.

U
M
M
N

Company Name	ID	Contact	Latest Update				
TABU LIFE INTERNATIONAL, PT	A - 001	octavy@tabudesign.asia	2025-02-11 08:32:27	2025-02-11 09:35:01	2025-02-20 16:49:28	2025-02-11 09:58:05	2025-02-12 14:30:08
TROPICA PRIMANUSA, PT	A - 002	info@tropicaratan.com	2025-01-31 10:54:36	2025-02-13 16:07:55	2025-01-31 10:57:14	2025-01-31 13:50:16	2025-01-31 13:56:22
CASAQUEFLA HOME LIVING	A - 003A	casaquefla@gmail.com	2025-02-12 10:47:10	2025-02-13 16:07:55	2025-02-13 11:19:03	2025-02-16 22:43:30	2025-02-16 17:03:07
REHAU INDONESIA, PT	A - 004	muhamadpan.suwandi@reha.com	2025-02-11 16:02:15	2025-02-12 16:06:46	2025-02-12 16:06:46	2025-02-12 22:28:42	2025-02-12 16:03:13
SUIJ LIFESTYLE, CV	A - 005A	galih@suijifestyle.com	2025-02-07 11:02:03	2025-02-07 11:17:54	2025-02-07 11:26:50	2025-02-07 14:25:37	2025-02-07 15:08:47
BENYA ART	A - 005B	benyaartcraft@gmail.com	2025-02-12 14:47:38	2025-01-22 10:50:01	2025-01-22 10:28:12	2025-02-12 16:48:33	2025-02-12 16:48:33
GADJAH ELRA, PT	A - 006	gadjah_elra@inde.nat.id	2025-02-12 16:05:30	2025-02-21 14:31:35	2025-02-21 14:26:29	2025-02-21 14:05:07	2025-02-21 14:05:07
MARATON KFNCA, CV	A - 010	maratonmarketing@indos.ner.id	2025-02-04 16:54:08	2025-02-21 16:25:27	2025-02-21 16:25:27	2025-02-19 16:18:38	2025-02-19 16:18:38
TABU LIFE INTERNATIONAL, PT	A - 014A	fernando.tabudesign@gmail.com	2025-02-11 11:08:43	2025-02-11 11:13:18	2025-02-20 16:46:59	2025-02-12 14:34:07	2025-02-12 14:32:09
PUIRA JAMBU, CV	A - 014B	marketing@puitrid-wood.com	2025-02-14 08:29:37	2025-02-15 14:27:53	2025-02-15 14:28:12	2025-02-15 15:23:05	2025-02-15 15:23:05

Gambar 3.3 Website Data Collecting Form Operational (Sumber: operational.ifexindonesia.com)

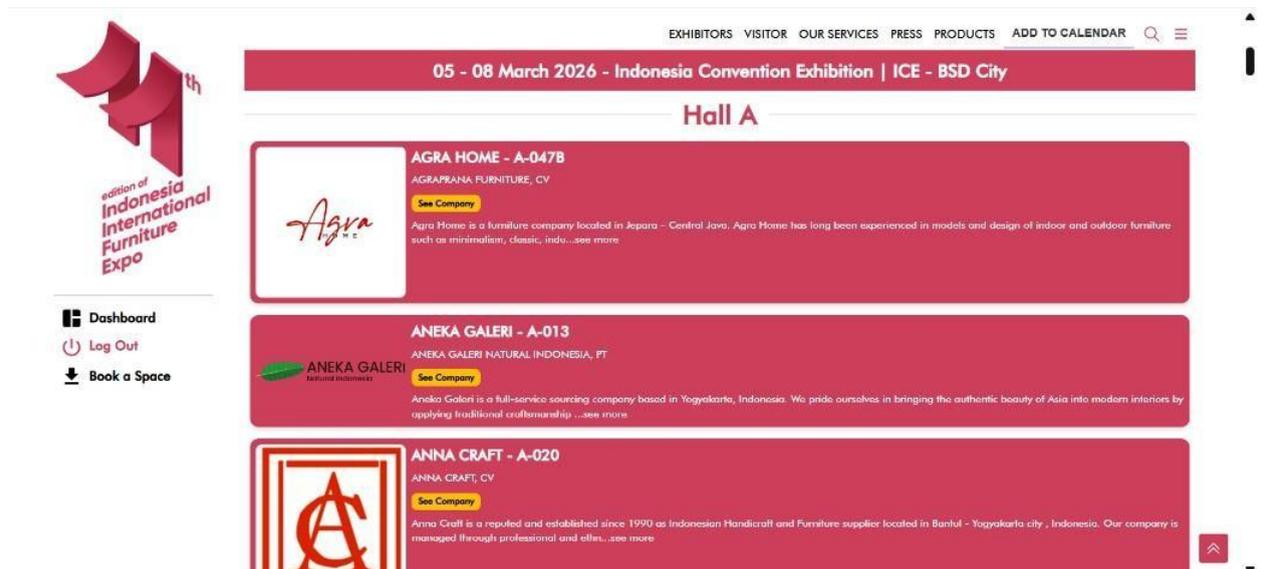
Hi, Ms. angeline clarissa
Welcome to Your Personal Dashboard
List of Exhibitor

Add New Exhibitor

Search

ID	Company Name	Hall	Booth No	Year	Products	Status	Action
> 972	MODENA RATTAN...	Hall B3 C3-2025	BC-004B	2025	0	Active	Edit Deact
> 898	IDEFAB CIPTA, PT	Hall D-2025	D-001	2025	0	Active	Edit Deact
> 899	PUNCAK JAYA SEL...	Grand Hall-2025	M-01	2025	5	Active	Edit Deact
> 900	ABOVE AND BEY...	Grand Hall-2025	M-02A	2025	5	Active	Edit Deact
> 901	DECO ARTE INDO...	Grand Hall-2025	M-02B	2025	5	Active	Edit Deact
> 902	SENTANA INNOV...	Grand Hall-2025	M-02C	2025	5	Active	Edit Deact
> 903	MORE THAN TEAK...	Grand Hall-2025	M-03	2025	5	Active	Edit Deact

Gambar 3.4 Website Data Collecting Show Preview (Sumber: ifexindonesia.com)

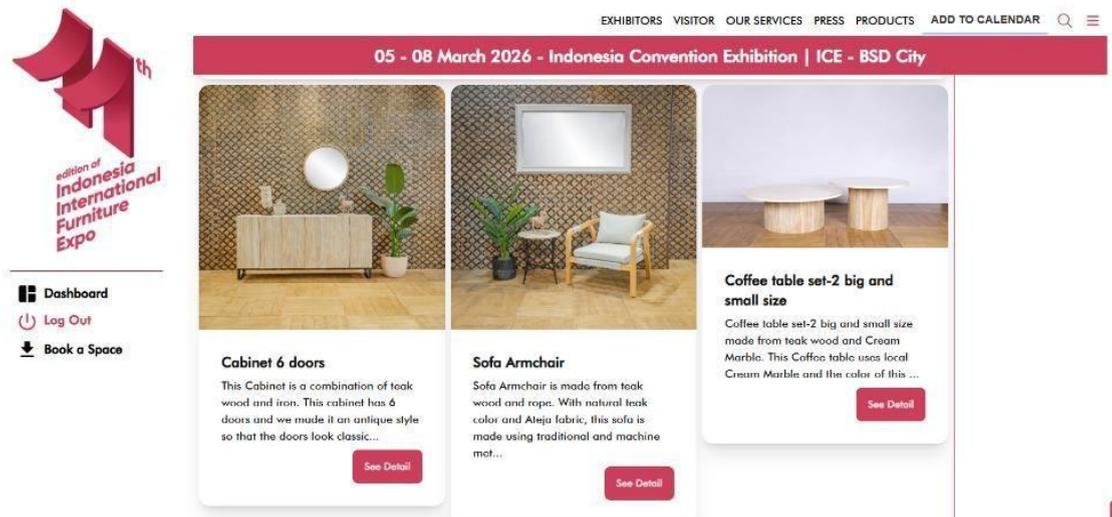


Gambar 3.5 Website Data Collecting Show Preview (Sumber: ifexindonesia.com)



Gambar 3.6 Website Data Collecting Show Preview (Sumber: ifexindonesia.com)

U M M N



Gambar 3.7 Website Data Collecting Show Preview
(Sumber: ifexindonesia.com)

Data tersebut menjadi landasan utama dalam menyusun materi promosi dan perencanaan teknis yang kemudian akan dimuat di situs resmi IFEX (ifexindonesia.com). Informasi seperti profil perusahaan, katalog produk, dan tautan media sosial dikurasi untuk kebutuhan promosi digital, sedangkan *form operational* mencakup elemen-elemen teknis seperti kebutuhan listrik, furnitur, kontraktor, dan denah lokasi. Seluruh informasi yang dikumpulkan kemudian diolah melalui proses *information structuring* untuk memastikan penyusunan data dilakukan secara sistematis dan siap digunakan oleh tim internal maupun eksternal.

3.2.2 Organizing

Tahap *organizing* atau pengorganisasian dalam *event management* mengacu pada proses mengelola sumber daya secara efektif untuk melaksanakan rencana yang telah disusun. (Bowdin et al., 2006) menjelaskan bahwa dalam tahap ini, manajer event perlu menetapkan struktur organisasi kerja, membagi peran dan tanggung jawab dengan jelas, serta memastikan jalur koordinasi yang efisien antar tim. *Organizing* juga mencakup pengadaan kebutuhan logistik, penjadwalan kegiatan operasional, serta penugasan personel berdasarkan keahlian dan kapasitas mereka. Allen menambahkan bahwa

fleksibilitas dalam mengorganisasi sangat penting, karena kondisi lapangan dan ekspektasi *stakeholder* sering kali berubah dengan cepat. (Allen et al., 2022)

Dalam praktik manajemen acara, tahapan *organizing* juga tidak dapat dipisahkan dari tahap *coordinating*, yang berfokus pada pengelolaan hubungan antarpihak secara menyeluruh. Menurut Goldblatt (2002), koordinasi mencakup komunikasi lintas divisi, pengelolaan jadwal bersama, hingga pelaksanaan kegiatan pra-event seperti rapat teknis dan konferensi pers. Tahapan ini memastikan bahwa rencana yang telah disusun dapat dijalankan secara harmonis, dengan peran dan tugas yang tersinkronisasi. (Ramadhan & Sudarno, 2022)

Dalam pelaksanaan IFEX 2025, tahap *organizing* berlangsung selama fase *pre-production* hingga menjelang hari penyelenggaraan acara. Pada fase ini, pemegang berperan dalam mengelola dan mendistribusikan informasi dari *exhibitor* ke masing-masing divisi terkait, seperti divisi logistik untuk kebutuhan stan, serta divisi teknis untuk pengaturan listrik dan fasilitas booth.

Form 1
Form ADDITIONAL ELECTRICITY & POWER INSTALLATION

BOOTH NUMBER: A - 001
AUTHORIZED BY: OCTA
INVOICE NO.: #F7AJDU8

DEADLINE SUBMISSION: 2025-02-21
E-MAIL: octavy@tabudesign.asia

EDIT YOUR FORM | Status : Enabled
Deadline of Submission: 21 Feb 2025
Exhibitor are allowed to edit the form until 21 Feb 2025

EDIT
DOWNLOAD/PRINT

NO.	PRODUCT NAME	CATEGORY	PRICE	QUANTITY	SUB TOTAL (IDR)
1	4 A / 1 ph / 220 V / 880 Watt	Setup	IDR. 1.650.000,-	1	IDR. 1.650.000,-
2	6 A / 1 ph / 220 V / 1.320 Watt	Showdays	IDR. 2.640.000,-	1	IDR. 2.640.000,-
SUB TOTAL					IDR. 4.290.000,-
VAT					IDR. 471.900,-
TOTAL					IDR. 4.761.900,-

Note:
1. For electricity power installation on-site of the show days should be paid in cash (only).
2. The Rental Price applies for the duration of the exhibition between 08.00 - 19.00.

Gambar 3.8 Website Form Operational Form 1 Electricity & Power Installation
(Sumber: operational.ifexindonesia.com)



Form 1
ADDITIONAL ELECTRICITY & POWER
INSTALLATION



Company	TABU LIFE INTERNATIONAL, PT	Booth Number	A - 01
PIC Name	OCTA	Company Phone	+6285938558922
Email	octavy@tabulife.com	Event	IFEX 2025
Address	Jl. Muding Indah XIII No.88B, Kerobokan Kaja, Kuta Utara,	Date	11 Feb 2025
Signature	OCTA	Invoice No.	#F7AJDU8

NO.	PRODUCT NAME	CATEGORY	PRICE	QUANTITY	SUB TOTAL (IDR)
1	4 A / 1 ph / 220 V / 880 Watt	Setup	IDR. 1.650.000,-	1	IDR. 1.650.000,-
2	6 A / 1 ph / 220 V / 1.320 Watt	Showdays	IDR. 2.640.000,-	1	IDR. 2.640.000,-
SUB TOTAL					IDR. 4.290.000,-
VAT					IDR. 471.900,-
TOTAL					IDR. 4.761.900,-

Note:

1. For electricity power installation on-site of the show days should be paid in cash (only).
2. The Rental Price applies for the duration of the exhibition between 08.00 – 19.00.

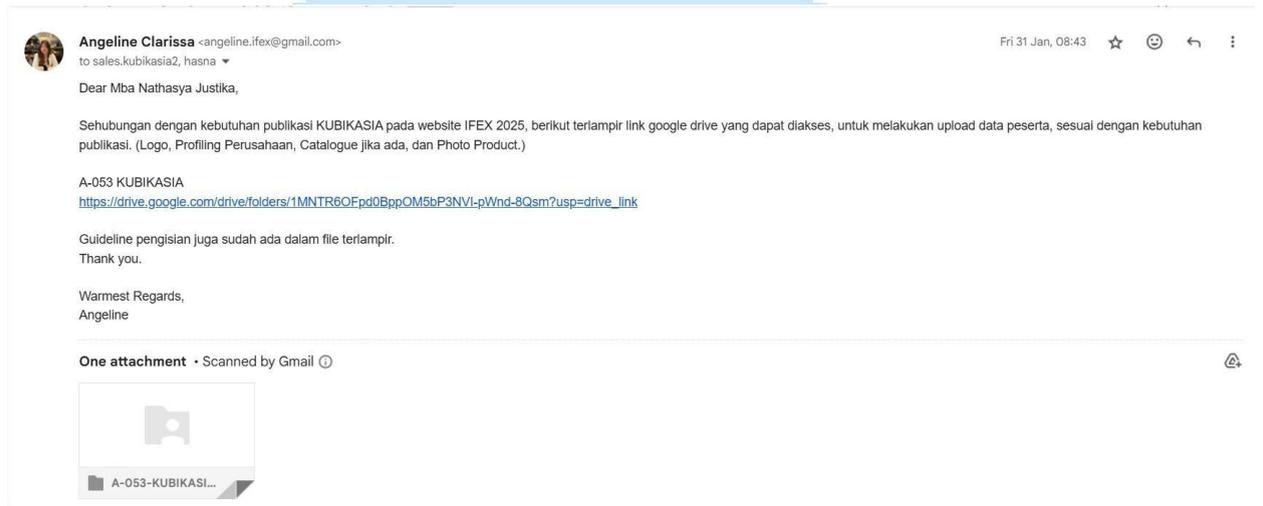
Payment mode	Cheque / Telegraphics Transfer
Company account no (IDR)	103.000.0254.777
Swift Code	BMRHIDJA
Beneficiary Name	PT. DYANDRA PROMOSINDO
Bank Name & Address	Bank Mandiri (Persero) Tbk Cut Meutia Branch Jl. Cut Meutiah No. 16 Jakarta
VAT Registration No.	01.651.188.3-073.000

NOTICE TO INDONESIA BASED COMPANIES
This Invoice is subject to Pph Article 23 of the Sub Total Before VAT.
Category : Jasa Penyelenggara Kegiatan

Gambar 3.9 Operational Form 1 Electricity & Power Installation
(Sumber: operational.ifexindonesia.com)

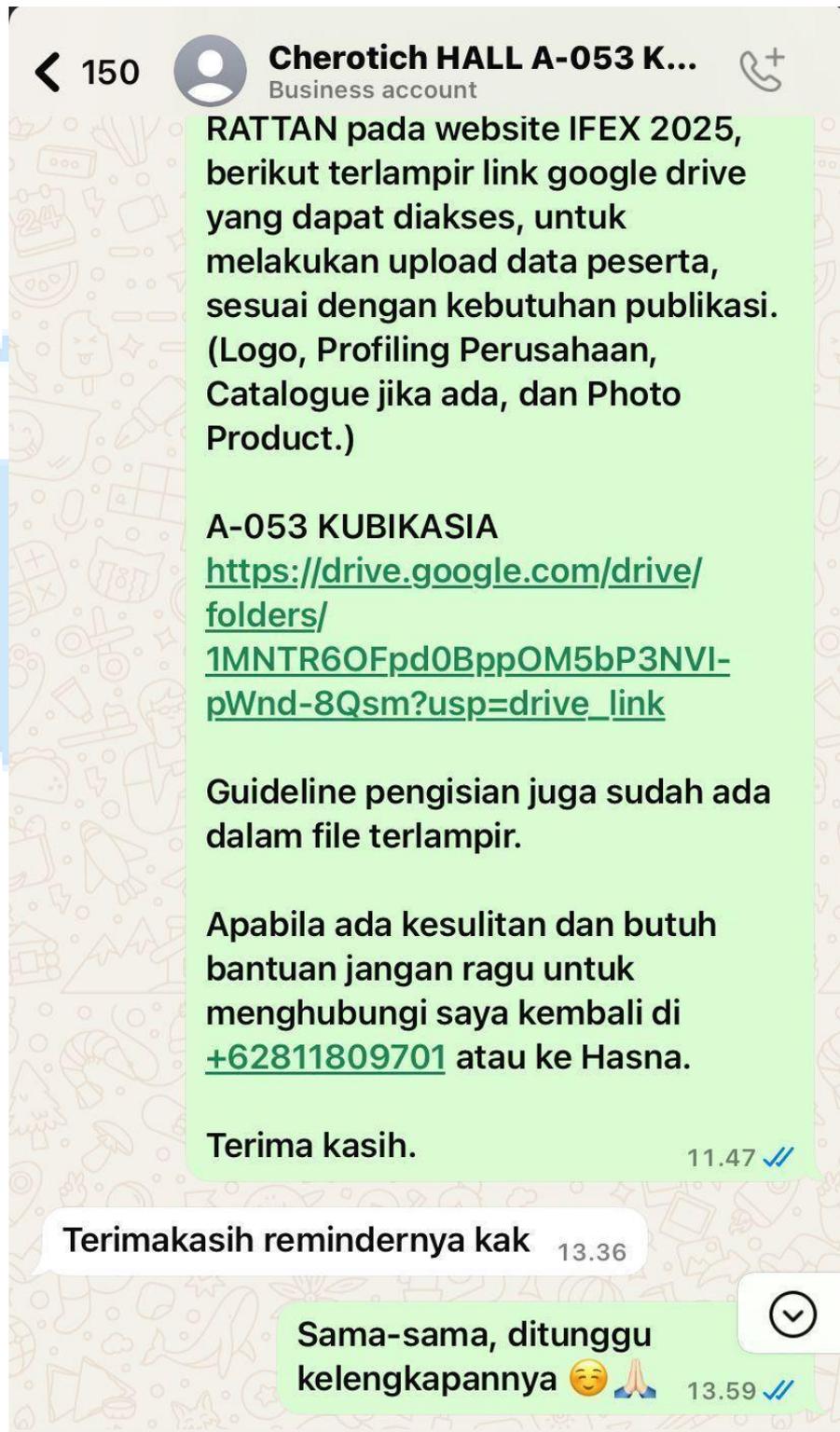
Sebagai liaison komunikasi, pemegang menjadi penghubung utama yang bertugas memastikan bahwa seluruh data yang dikumpulkan dari *exhibitor* telah tersusun sesuai format dan standar yang ditetapkan. Proses ini tidak hanya mencakup pengumpulan data, tetapi juga menekankan pentingnya *internal coordination*, yaitu menjalin komunikasi yang efektif dengan berbagai

departemen internal untuk menindaklanjuti kebutuhan teknis maupun klarifikasi informasi yang belum lengkap.

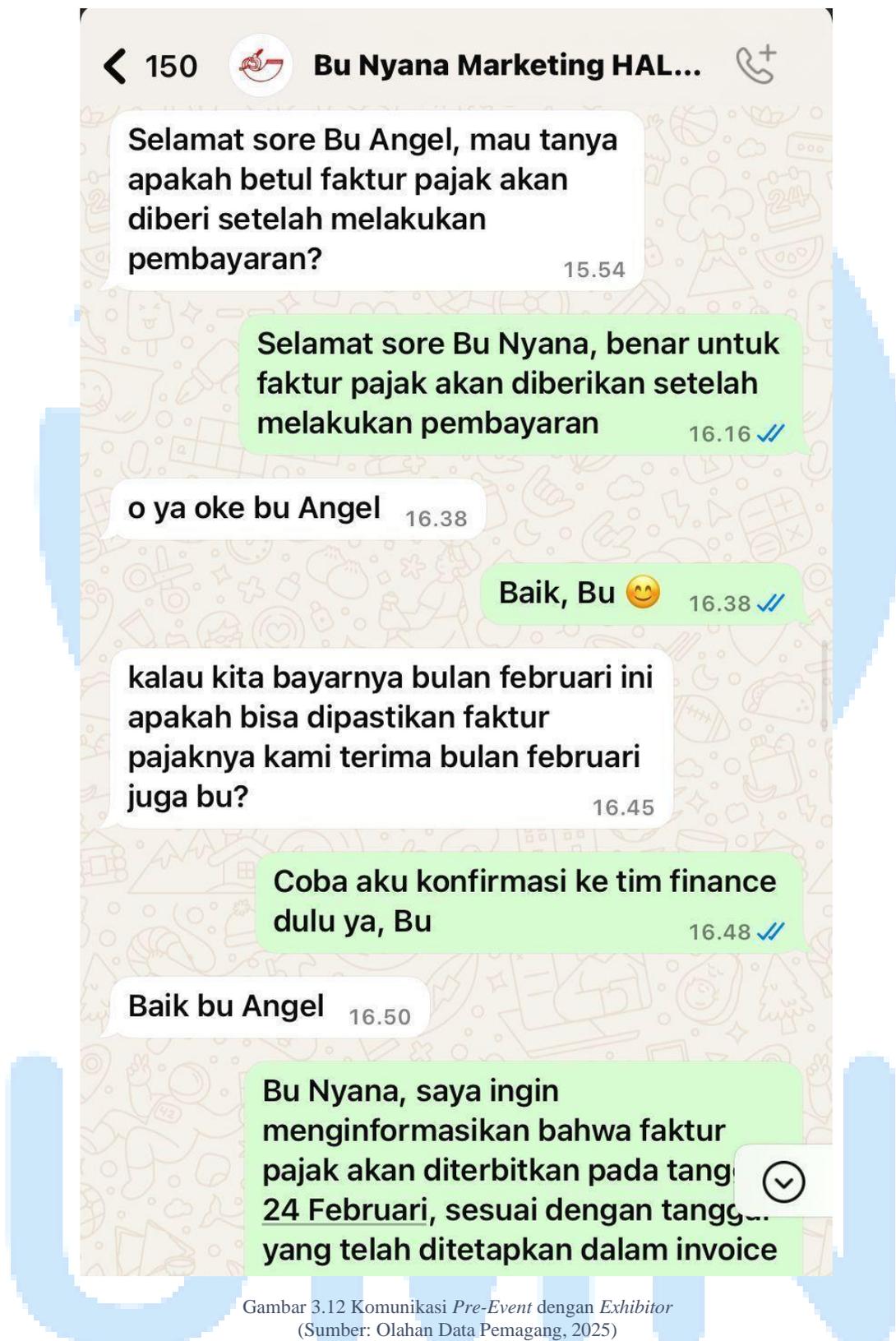


Gambar 3.10 Email Follow-Up kepada Exhibitor
(Sumber: Olahan Data Pemegang, 2025)

U M M N



Gambar 3.11 Follow-Up kepada Exhibitor
(Sumber: Olahan Data Pemegang, 2025)



Gambar 3.12 Komunikasi *Pre-Event* dengan *Exhibitor*
(Sumber: Olahan Data Pemegang, 2025)

Dalam perspektif Communication for Sustainable Development, proses organizing tidak hanya dilihat sebagai pengelolaan teknis, tetapi juga sebagai strategi membangun jaringan komunikasi yang inklusif. Pemegang sebagai liaison tidak hanya menyalurkan informasi, tetapi juga memastikan bahwa setiap pihak, baik internal maupun eksternal, merasa didengarkan dan dihargai kontribusinya. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi partisipatif yang menempatkan dialog sebagai inti dari kerja sama pembangunan.

Selain itu, pemegang juga melaksanakan tugas *follow-up* terhadap exhibitor yang belum melengkapi data mereka, serta memastikan terjadinya *information finalization*, di mana setiap data yang masuk telah dikonfirmasi, disetujui, dan siap dijadikan dasar dalam pelaksanaan teknis. Tahapan ini menuntut ketelitian administratif, keterampilan komunikasi dua arah, serta kemampuan menyusun alur kerja yang sistematis, guna menjamin bahwa seluruh pihak memiliki akses terhadap informasi yang seragam dan dapat diandalkan.

Peran ini mencerminkan salah satu prinsip utama dari teori komunikasi pembangunan, yaitu mengelola relasi dengan cara yang adil dan partisipatif. Dengan mengedepankan transparansi informasi dan komunikasi dua arah dalam setiap proses koordinasi, pemegang turut menciptakan ruang dialog yang menjadi prasyarat bagi pembangunan yang berkelanjutan dan kolaboratif.

3.2.3 Leading

Leading atau kepemimpinan dalam *Event Management* adalah proses mengarahkan, memotivasi, dan membimbing tim untuk melaksanakan tugas secara efektif dalam situasi yang dinamis. (Allen et al., 2022) menyatakan bahwa kemampuan memimpin dalam konteks *event* tidak hanya mengandalkan otoritas struktural, tetapi juga menuntut kemampuan interpersonal, empati, kejelasan komunikasi, serta kemampuan untuk membuat keputusan cepat dalam situasi tak terduga. Bowdin menambahkan bahwa pemimpin *event* harus

mampu menavigasi perubahan kondisi lapangan, menjaga semangat tim, dan tetap berorientasi pada tujuan utama meskipun dihadapkan pada tekanan waktu atau kendala teknis. (Bowdin et al., 2006)



Gambar 3.13 Tim Internal Dyandra Promosindo IFEX 2025
(Sumber: Dokumentasi Pemegang, 2025)

Pada fase *production* IFEX 2025, yang berlangsung pada 6–9 Maret 2025, pemegang berperan sebagai liason komunikasi Hall A yang menjalankan fungsi kepemimpinan di lapangan dalam skala mikro. Dalam peran ini, pemegang terlibat secara aktif dalam *real-time assisting* kepada exhibitor, terutama saat proses *loading-in*, pengaturan fasilitas teknis, serta penyaluran

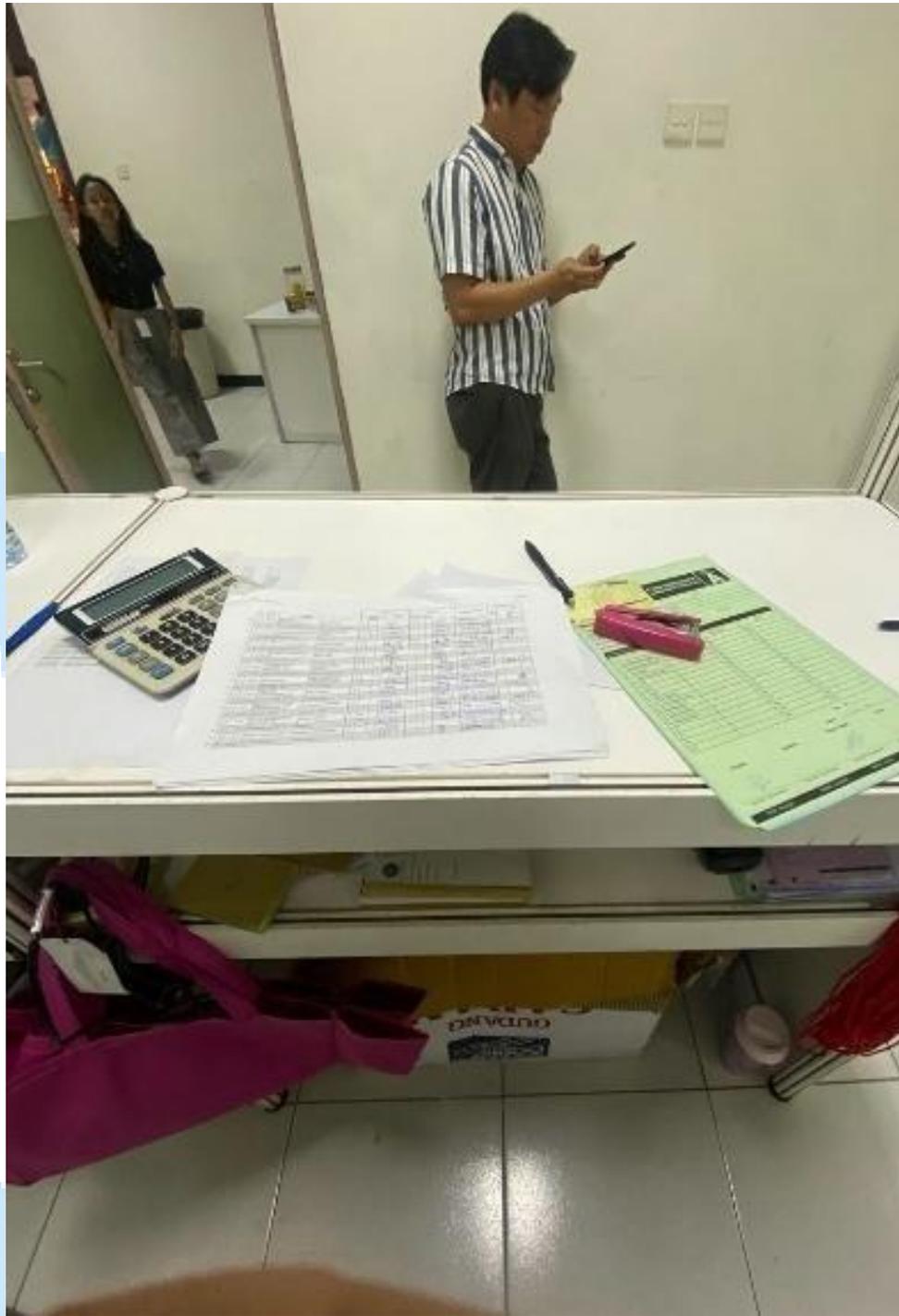
informasi terkini selama jalannya pameran.



Gambar 3.14 *Real-Time Assisting* saat Proses *Loading-in*
(Sumber: Dokumentasi Pemegang, 2025)



Gambar 3.15 *Real-Time Assisting* saat Proses *Loading-in*
(Sumber: Dokumentasi Pemegang, 2025)



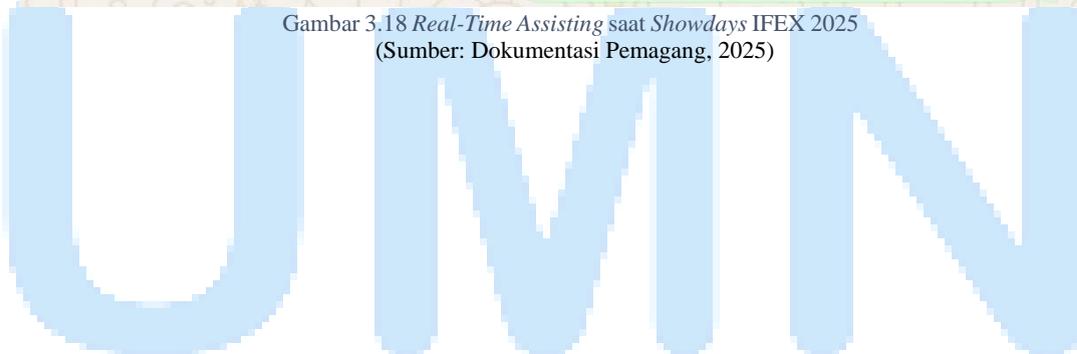
Gambar 3.16 *Real-Time Assisting* saat Proses *Loading-in*
(Sumber: Dokumentasi Pemegang, 2025)



Gambar 3.17 Real-Time Assisting saat Showdays IFEX 2025
(Sumber: Dokumentasi Pemegang, 2025)



Gambar 3.18 Real-Time Assisting saat Showdays IFEX 2025
(Sumber: Dokumentasi Pemagang, 2025)





Gambar 3.20 *Real-Time Assisting* saat Proses *Loading-Out*
(Sumber: Dokumentasi Pemegang, 2025)

Ketika muncul kendala teknis di lapangan seperti aliran listrik yang terputus secara tiba-tiba, sistem pendingin ruangan yang tidak merata, hingga keterlambatan dalam pengiriman furnitur, pemegang bertanggung jawab untuk melakukan *issue handling* secara cepat dan efektif. Ini mencakup penyampaian keluhan exhibitor ke tim teknis yang relevan, pemantauan progres penyelesaian masalah, dan memberikan penjelasan langsung yang solutif kepada *exhibitor* untuk menjaga kepercayaan dan kenyamanan mereka. Situasi-situasi ini menuntut kepemimpinan situasional, di mana pemegang harus bersikap tanggap, menunjukkan empati, serta mampu mengambil keputusan cepat di bawah tekanan.

Dalam perspektif *Communication for Sustainable Development*, kepemimpinan dalam penyelenggaraan *event* tidak hanya berfokus pada pengambilan keputusan dan efektivitas operasional, tetapi juga pada proses pemberdayaan dan partisipasi semua pihak yang terlibat. Seorang pemimpin ideal dalam konteks ini mampu menciptakan ruang dialog, menjaga komunikasi yang transparan, serta mendorong kolaborasi lintas tim agar tujuan acara dapat tercapai secara inklusif dan berkelanjutan. Pendekatan ini memperkuat fungsi pemimpin bukan hanya sebagai pengarah, tetapi juga sebagai fasilitator yang sensitif terhadap dinamika sosial dan kebutuhan lapangan.

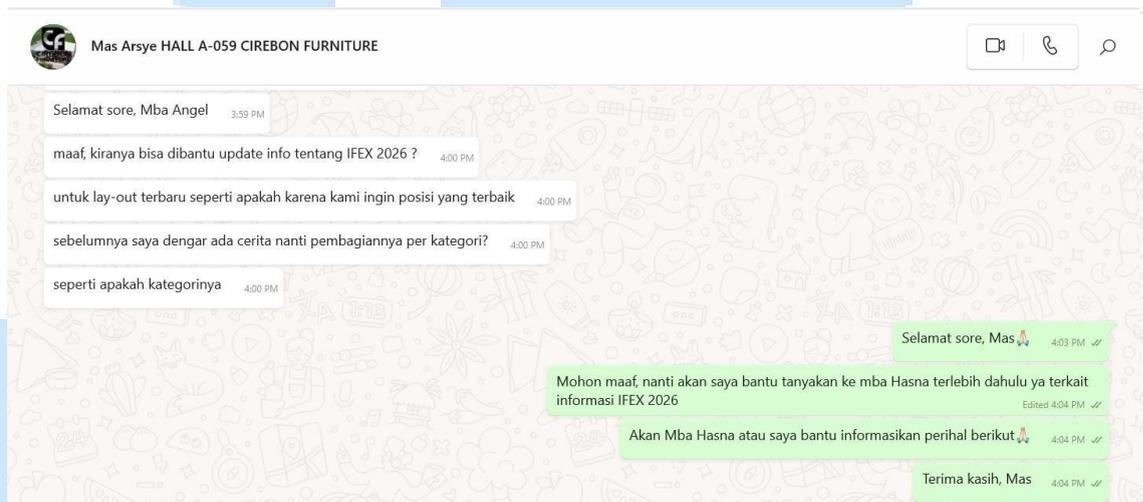
3.2.4 Controlling

Tahap terakhir dalam siklus *Event Management* adalah *controlling* atau pengendalian, yang berfokus pada proses pemantauan pelaksanaan kegiatan, identifikasi deviasi dari rencana awal, serta pelaksanaan evaluasi terhadap hasil kegiatan. (Allen et al., 2022) menjelaskan bahwa pengendalian dilakukan untuk menjamin bahwa seluruh aktivitas telah sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan dan untuk mengetahui aspek-aspek mana yang perlu ditingkatkan ke depannya. Evaluasi pada tahap ini dapat melibatkan pengumpulan *feedback* dari peserta, analisis laporan keuangan, pengamatan langsung terhadap jalannya acara, serta rekapitulasi keluhan atau kendala yang muncul selama pelaksanaan. Model evaluasi CIPP menggarisbawahi pentingnya *product evaluation*, yaitu

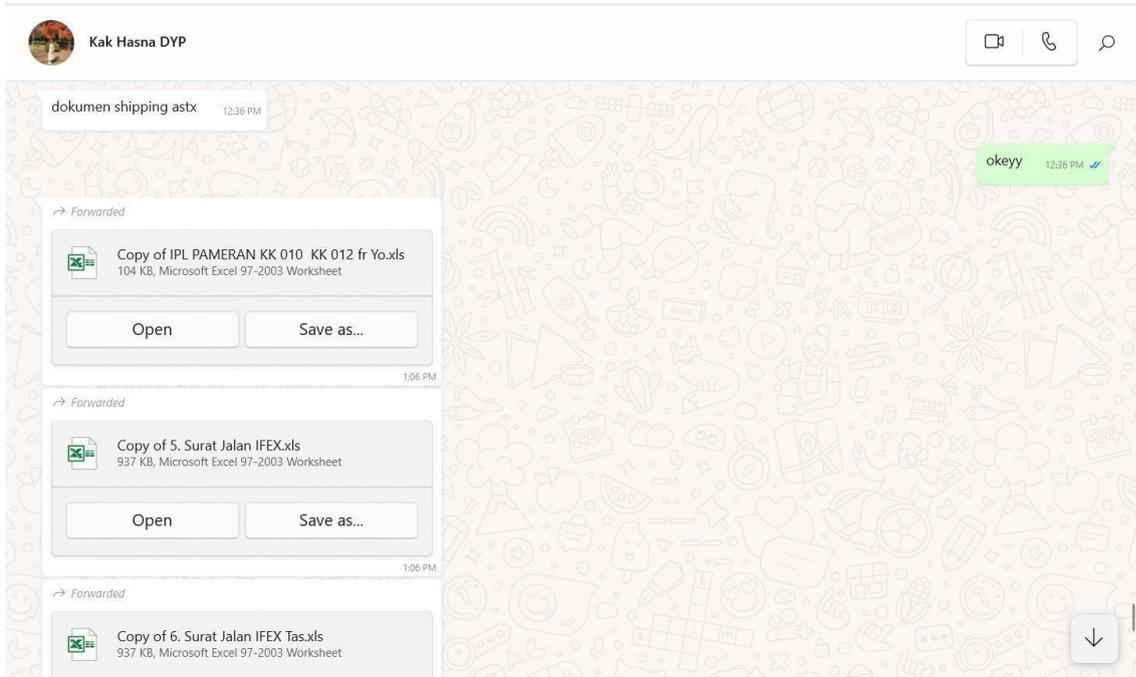
meninjau hasil akhir suatu program untuk menilai keberhasilan pencapaian tujuan. (Stufflebeam & Coryn, 2014)

Joe Goldblatt menekankan bahwa tahap evaluation merupakan langkah terakhir dalam siklus *The Event Management Process*, yang berfungsi sebagai refleksi menyeluruh terhadap seluruh rangkaian proses acara. Tahap ini bertujuan menghasilkan laporan kegiatan dan dokumentasi sebagai bentuk pertanggungjawaban, serta sebagai bahan evaluasi dan dasar perbaikan untuk penyelenggaraan event berikutnya. Dengan demikian, evaluasi tidak hanya menjadi akhir dari proses, tetapi juga titik awal bagi perencanaan yang lebih baik ke depan. (Ramadhan & Sudarno, 2022)

Fase *post-production* IFEX 2025 dimulai sejak akhir Maret hingga pertengahan Juni 2025. Dalam tahap ini, pemegang tetap menjalankan peran sebagai *liaison* komunikasi dengan *exhibitor Hall A*, dengan fokus pada keberlanjutan hubungan profesional serta efektivitas penyampaian informasi pasca acara.

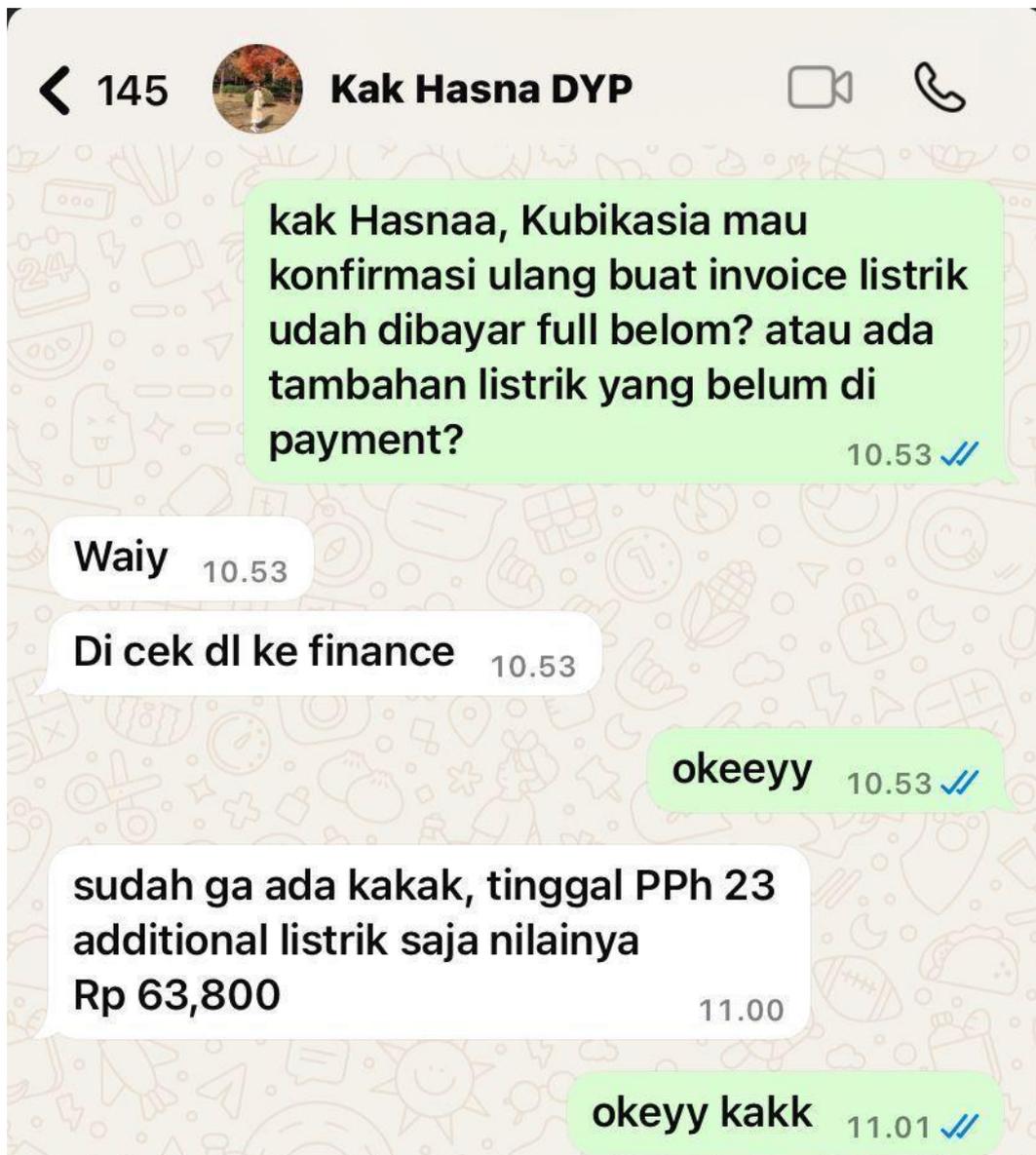


Gambar 3.21 Komunikasi *Post-Production* dengan *Exhibitor*
(Sumber: Data Olahan Pemegang, 2025)



Gambar 3.22 Data Recap Exhibitor IFEX 2025
(Sumber: Data Olahan Pemegang, 2025)

U M M N



Gambar 3.23 *Data Recap Exhibitor IFEX 2025*
(Sumber: Data Olahan Pemegang, 2025)

Pemegang terlibat aktif dalam proses *evaluation and feedback*, yakni dengan menghimpun dan mendokumentasikan berbagai masukan, keluhan, maupun apresiasi dari *exhibitor* sebagai bahan evaluasi bersama tim internal Dyandra Promosindo. Selain itu, pemegang juga bertanggung jawab melakukan *data recap* terhadap seluruh informasi teknis dan administratif yang berkaitan dengan *exhibitor*, yang kemudian disusun menjadi bagian dari laporan akhir kegiatan. Rekapitulasi ini tidak hanya mencerminkan hasil kerja selama acara berlangsung, tetapi juga menjadi dasar dalam penyusunan strategi peningkatan kualitas penyelenggaraan untuk *event* selanjutnya.

Dalam perspektif Communication for Sustainable Development, controlling dan evaluasi pasca-event memiliki dimensi sosial yang penting, yaitu menciptakan ruang refleksi bersama untuk seluruh pemangku kepentingan. Evaluasi tidak hanya ditujukan pada keberhasilan teknis, tetapi juga pada sejauh mana proses pelaksanaan event melibatkan peserta secara bermakna, memperhatikan keadilan komunikasi, serta mengidentifikasi dampak sosial dari acara tersebut. Dengan mengintegrasikan pendekatan ini, controlling menjadi sarana membangun keberlanjutan—tidak hanya dalam dokumentasi formal, tetapi juga dalam praktik komunikasi yang transparan, etis, dan inklusif untuk perbaikan berkelanjutan di masa depan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan program magang, pemangang menghadapi sejumlah kendala yang muncul pada berbagai fase kegiatan, terutama pada tahapan *pre-production* dan *production*. Pada fase *pre-production*, salah satu kendala utama yang dihadapi adalah ketidaksesuaian waktu dalam pengumpulan data oleh *exhibitor*. Banyak *exhibitor* yang tidak mengikuti *timeline* dan batas waktu/*deadline* yang telah ditetapkan oleh pihak Dyandra Promosindo dalam pengumpulan data seperti *form operasional* dan *show preview* oleh *exhibitor*. Hal ini berdampak langsung pada keterlambatan proses rekapitulasi dan input data yang menjadi dasar kelengkapan administrasi internal Dyandra Promosindo. Sejalan dengan itu, kendala teknis juga terjadi pada sistem digital, khususnya website ifexindonesia.com yang beberapa kali mengalami gangguan sistem, sehingga memperlambat proses unggah data *exhibitor* dan menghambat arus pengumpulan informasi. Selain itu, sebagai *liaison* komunikasi antara pihak penyelenggara dan *exhibitor*, pemangang kerap menghadapi tantangan dalam menjawab pertanyaan teknis maupun administratif dari *exhibitor*. Tidak jarang informasi yang ditanyakan belum tersedia secara pasti atau belum diputuskan oleh divisi terkait, sehingga pemangang perlu melakukan koordinasi lintas departemen untuk memperoleh jawaban yang valid.

Sementara itu, pada fase *production*, kendala lebih bersifat teknis

operasional di lapangan. Salah satu masalah utama yang muncul adalah gangguan pada fasilitas dasar selama pameran berlangsung. Misalnya, pasokan listrik di beberapa titik stan kerap terputus secara mendadak, yang tentunya berdampak pada kenyamanan dan kelancaran aktivitas peserta pameran. Selain itu, sistem pendingin ruangan (AC) pada beberapa area Hall A tidak merata dan menyorot langsung ke stan tertentu, menyebabkan ketidaknyamanan bagi *exhibitor* yang bersangkutan. Hal ini memicu keluhan yang berulang, sehingga pihak teknis harus melakukan penyesuaian ulang pada sistem sirkulasi udara sesuai dengan kebutuhan di lapangan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi berbagai kendala yang muncul selama masa kerja magang, pemegang berupaya untuk menerapkan pendekatan solutif yang bersifat adaptif dan kolaboratif sesuai dengan karakteristik masalah di setiap fase kegiatan. Pada fase *pre-production*, untuk mengatasi keterlambatan pengumpulan data oleh *exhibitor*, pemegang secara aktif melakukan pendekatan persuasif melalui komunikasi intensif atau *follow-up*, baik melalui email dan whatsapp kepada *contact person exhibitor*.



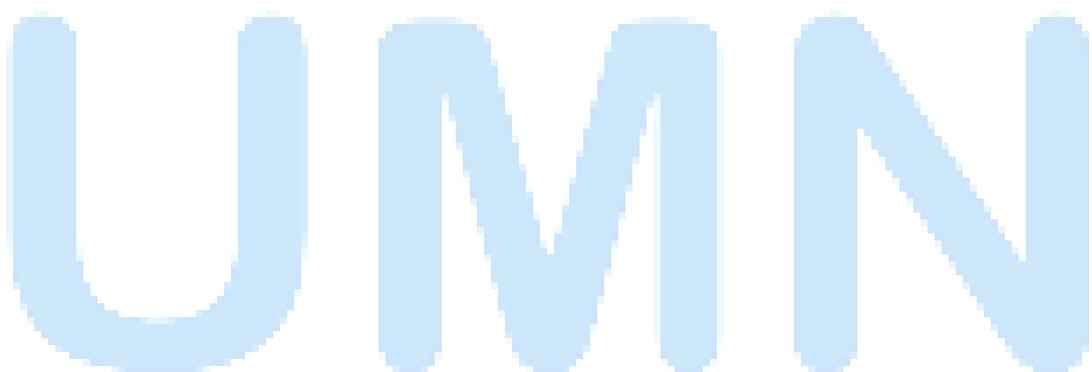
Gambar 3.24 Kendala pada Website *Form Operational*
(Sumber: Data Olahan Pemegang, 2025)

Di sisi lain, ketika menghadapi kendala teknis pada website ifexindonesia.com, pemegang segera berkoordinasi dengan tim *IT* internal Dyandra Promosindo untuk melaporkan kesalahan/ *error* dan meminta estimasi pemulihan sistem. Selama proses pemulihan berlangsung, pemegang dapat menyampaikan informasi terkait kejelasan kendala teknis yang transparan dan berkala agar *exhibitor* dapat mengetahui keberlangsungan perbaikan.

Terkait tantangan dalam menjawab pertanyaan *exhibitor* yang belum memiliki kepastian, pemegang menerapkan prinsip komunikasi dua arah berbasis konfirmasi, dengan mencatat setiap pertanyaan penting dan mengkompilasinya secara sistematis untuk disampaikan kepada koordinator *supervisor* atau divisi terkait. Sebagai perantara pertukaran informasi antara *exhibitor* dan Dyandra Promosindo, pemegang juga harus memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan telah final dan benar. Dalam hal terdapat perubahan informasi, pemegang akan mengomunikasikan alasan perubahan secara transparan, agar pihak *exhibitor* memahami urgensi dan latar belakangnya. Dalam kondisi ketika *exhibitor* mengajukan pertanyaan yang belum dapat dijawab secara pasti, pemegang menyampaikan bahwa pertanyaan tersebut akan terlebih dahulu dibahas secara internal oleh pihak Dyandra, dan setelah keputusan atau informasi final diperoleh, pemegang akan melakukan tindak lanjut dengan memberikan pembaruan/ *update* terbaru secara langsung kepada *exhibitor*.

Pada fase *production*, solusi atas kendala teknis operasional seperti pemadaman listrik dan ketidaknyamanan suhu ruangan dilakukan melalui koordinasi langsung di lapangan dengan tim teknis JIEXPO. Pemegang sebagai *liaison* komunikasi Hall A bertindak sebagai penghubung cepat tanggap antara *exhibitor* dan tim operasional, menyampaikan laporan kerusakan secara *real-time* serta memastikan bahwa tindak lanjut dilakukan segera. Untuk kasus pengaturan AC, pemegang mengajukan permintaan penyesuaian aliran udara melalui *floor coordinator*, berdasarkan titik-titik booth yang terdampak. Langkah ini tidak hanya bersifat responsif tetapi juga preventif, dengan

membuat catatan evaluasi harian yang kemudian dilaporkan dalam briefing teknis setiap pagi selama masa pameran berlangsung. Seluruh pendekatan solusi tersebut tidak hanya bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang terjadi secara langsung, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan kualitas penyelenggaraan *event* secara menyeluruh dan memperkuat peran pemegang sebagai bagian dari tim manajemen event yang profesional dan adaptif terhadap dinamika di lapangan.

The logo for Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is displayed in a light blue, stylized font. It consists of the letters 'U', 'M', 'M', and 'N' in a bold, rounded, sans-serif typeface. The letters are arranged horizontally and are the primary visual element in the lower half of the page.