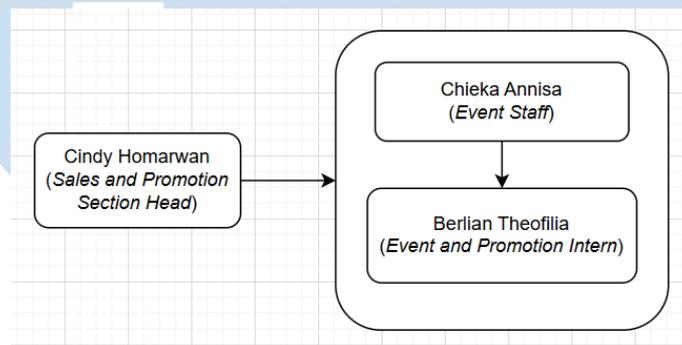


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Peserta magang memegang posisi *Event & Promotion Intern* di dalam BSD Commercial. Peserta magang memiliki tanggung jawab untuk merancang, mengoordinasi, menyelenggarakan, dan mengevaluasi acara agar dapat meningkatkan penjualan produk. Selain itu, peserta magang juga membuat konten untuk media sosial di Instagram @bsdcommercial guna mempromosikan acara dan menarik lebih banyak audiens.



Gambar 3. 1 Alur Kerja Peserta Magang

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Berdasarkan gambar alur kerja peserta magang di atas, *Promotion Section Head* divisi *Sales and Promotion*, yaitu Cindy Homarwan berperan sebagai *supervisor* dan pemberi arahan tugas kepada peserta magang. *Event staff* divisi *Sales and Promotion*, yaitu Chieka Annisa berperan sebagai pembimbing peserta magang dalam pelaksanaan *event*. Seluruh pekerjaan yang dilakukan oleh peserta magang berada dibawah arahan dan harus memiliki persetujuan dari Cindy Homarwan. Rancangan ide *event* dan konten media sosial yang dibuat oleh peserta magang harus melalui asistensi terlebih dahulu. *Approval* dalam melaksanakan *event* dan publikasi konten dapat diterima apabila disukai, disetujui, sesuai, dan layak untuk ditayangkan oleh Cindy Homarwan.

### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama proses kerja magang yang dilakukan selama 4 bulan, peserta magang melaksanakan berbagai tugas yang berkaitan langsung dengan proses kerja di bidang proses *event management* dan *media production*. Adapun tugas yang telah dikerjakan meliputi *research, design, planning, coordination, dan evaluation*. Selain itu, peserta magang juga melakukan proses pembuatan konten untuk media sosial. Berupa dokumentasi kegiatan *event* serta proses *editing* konten yang kemudian dipublikasikan sebagai bagian dari promosi *event*.

Seluruh dokumentasi kegiatan dan hasil kerja telah disusun dalam *Event & Promotion Intern Report* yang dapat diakses melalui link di bawah sebagai bentuk verifikasi keterlibatan peserta dalam setiap tahapan kegiatan.

<https://drive.google.com/drive/folders/1kNJ6sLbaWpnlzffHE6HstiaIYARMfYJP?usp=sharing>

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Event & Promotion Intern* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Tugas Utama *Event & Promotion Intern*

<b><i>Research</i></b>	Melakukan riset tren, target audiens, dan kompetitor (Summarecon, Paramount), menyusul proposal & <i>partner activation event</i> .
<b><i>Design</i></b>	Mengembangkan konsep dalam proposal, membuat konten visual ( <i>feeds &amp; reels @bsdcommercial</i> ).
<b><i>Planning</i></b>	Mengawasi <i>rundown</i> , logistik, koordinasi teknis dengan tim.
<b><i>Coordination</i></b>	Melakukan koordinasi lapangan, <i>meeting</i> untuk cek <i>venue</i> , cek logistik, dan eksekusi <i>event</i> .
<b><i>Evaluation</i></b>	Menyusun <i>monthly report</i> berisi data, dokumentasi, dan evaluasi acara.

<b><i>Pre - Production</i></b>	Membuat ide konsep, <i>script, caption</i> , dokumentasi <i>event</i> .
<b><i>Production</i></b>	Merekam konten <i>event, sales, tenant; voice over</i> ; menjadi <i>talent</i> .
<b><i>Post - Production</i></b>	Malakukan <i>editing</i> (CapCut), penjadwalan <i>posting</i> , dan laporan bulanan konten.

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Tabel 3. 2 Rincian Konsep Tugas Magang

<b>No</b>	<b>Konsep</b>	<b>Tahapan Tugas</b>
1	<i>Event Management Process</i>	<i>Research</i>
		<i>Design</i>
		<i>Planning</i>
		<i>Coordination</i>
		<i>Evaluation</i>
2	<i>Media Production</i>	<i>Pre - Production</i>
		<i>Production</i>
		<i>Post - Production</i>

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Selama magang di BSD Commercial, peserta magang terlibat langsung dalam proses *event management*, baik dalam *event* rutin berskala kecil seperti pembukaan *booth* dan seminar *product knowledge*, maupun *event* besar seperti *product launching* dan *product activation*. *Event-event* ini dirancang untuk memperkenalkan produk komersial kepada agen properti maupun masyarakat umum. Dalam pelaksanaannya, peserta magang menjalankan tugas sesuai dengan lima tahapan *event management process* menurut Bladen (2022), yaitu *research, design, planning, coordination, dan evaluation*.

Selain itu, peserta magang juga aktif dalam proses media production untuk berbagai kebutuhan konten perusahaan, mulai dari konten *event*, konten *sales*, hingga konten *tenant*. Tugas yang dijalankan meliputi tahapan *pre-production*, *production*, dan *post-production* sesuai dengan konsep media production menurut Wales (2023). Peserta magang terlibat penuh dalam produksi konten *event*, serta berkontribusi pada proses pengambilan gambar dan editing untuk konten *sales* dan *tenant*. Melalui proses ini, peserta memperoleh pemahaman yang mendalam tentang komunikasi visual, kerja tim, serta pentingnya keselarasan antara strategi branding digital dan tujuan komunikasi perusahaan.

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

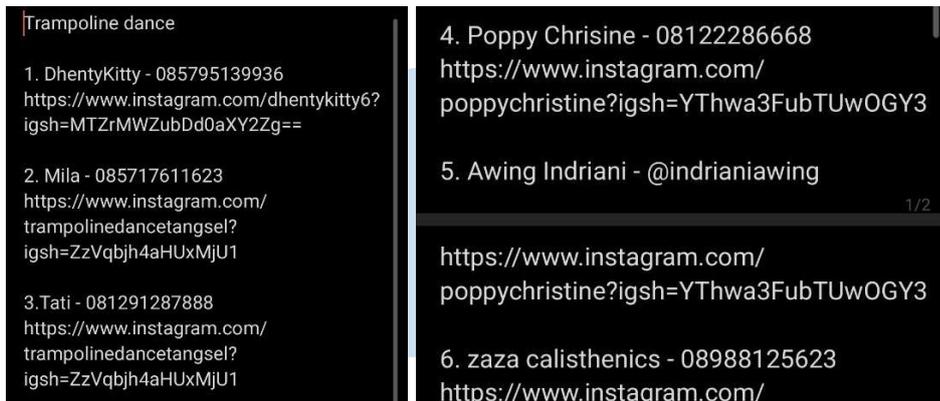
Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Event & Promotion Intern* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

#### A. *Research*

Pada tahap awal, peserta magang melakukan proses pengumpulan informasi dan data untuk memahami latar belakang, kebutuhan, serta karakteristik target audiens. Peserta magang melakukan analisis terhadap tren *event* yang sedang berkembang, studi terhadap kompetitor atau acara serupa, maupun peninjauan terhadap tujuan perusahaan dalam mengadakan *event*.

Studi tren *event* dan target audiens dilakukan oleh peserta magang, sesuai dengan yang diarahkan oleh pembimbing *event*, yaitu Kak Chieka. Peserta magang membuat proposal beberapa ide *event* yang akan dilakukan sebagai bentuk *product activation event* dari peluncuran *premium studio loft* baru, yaitu Iconix Infinite. *Product Launching* Iconix Infinite sendiri dilaksanakan pada 18 Februari 2025. Sedangkan, *product activation event* Iconix Infinite dilakukan secara rutin pada hari Sabtu di bulan April dan Mei. Di bawah ini merupakan gambar pemberian arahan oleh *Event Staff* dan proposal ide *event*.

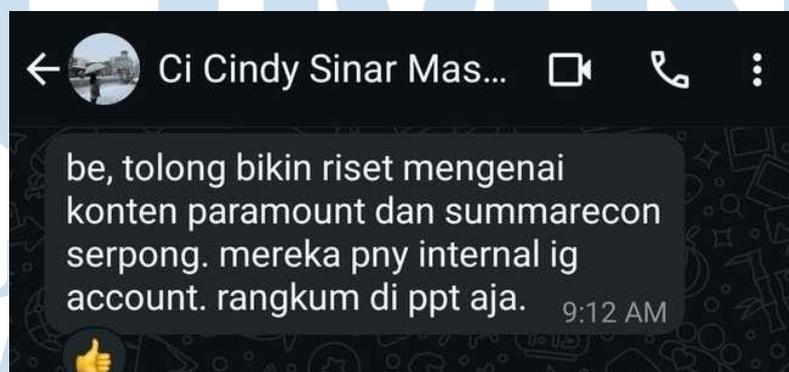




Gambar 3. 4 Riset Kontak Calon *Partner*

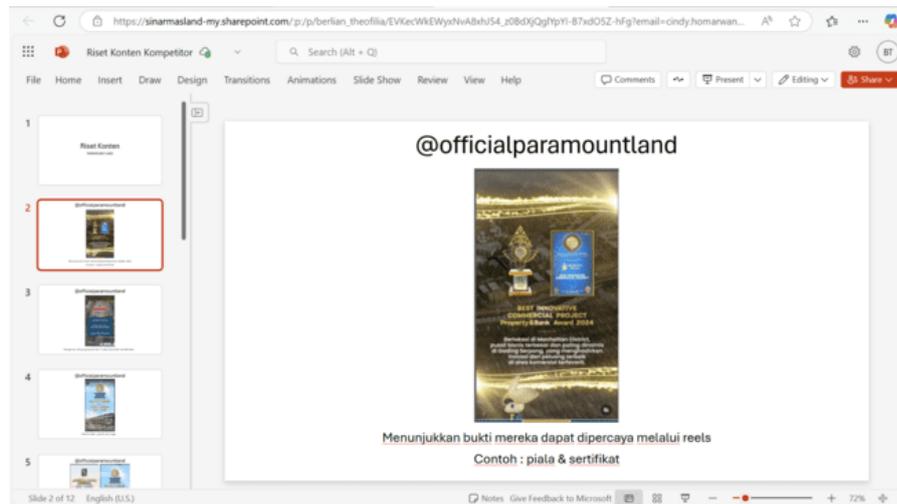
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Studi kompetitor juga menjadi salah satu aktivitas yang dilakukan oleh peserta magang selama menjalani masa kerja praktik. Pada tahap ini, peserta magang bertugas untuk melakukan riset terhadap kompetitor utama dari PT Bumi Serpong Damai, yaitu Paramount Land dan Summarecon. Riset ini dilakukan sebagai bagian dari upaya untuk memahami strategi pemasaran, *positioning*, serta kekuatan dan kelemahan dari para pesaing dalam sektor properti komersial. Informasi yang diperoleh melalui riset ini kemudian digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan dalam pengembangan strategi promosi oleh tim internal. Di bawah ini ditampilkan dokumentasi berupa gambar pemberian tugas dari *supervisor*, beserta *output* akhir berupa hasil analisis yang telah disusun oleh peserta magang.



Gambar 3. 5 Pemberian Tugas Riset Kompetitor

Sumber: Data Peserta Magang (2025)



Gambar 3. 6 PPT Riset Kompetitor

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Riset yang dilakukan oleh peserta magang menjadi dasar untuk menyusun konsep acara yang sesuai dengan strategi pemasaran yang diinginkan. Dalam konteks pemasaran BSD Commercial, riset ini dilakukan untuk membantu mengenalkan Iconix Infinite kepada masyarakat melalui *event* yang dilakukan di tempat Iconix Infinite akan dibangun.

Pada tahap ini, peserta magang belajar memahami seperti apa preferensi konsumen properti komersial. Harga jual Iconix Infinite sendiri bisa mencapai 8 miliar. Oleh sebab itu, jenis *event* yang dilakukan perlu menarik segmen pasar tertentu, yaitu golongan masyarakat menengah ke atas. Hal ini disesuaikan juga dengan lokasi dan waktu yang tepat untuk pelaksanaan acara. Di bawah ini merupakan beberapa *event* yang sudah dilakukan pada bulan April 2025.

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. 7 Event Activation Iconix Infinite April 2025

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Seluruh tugas yang dilakukan oleh peserta magang ini sejalan dengan konsep *event management process* yang menyebutkan bahwa tahap awal perencanaan event harus melalui proses riset yang terstruktur (Bladen, 2022). Kegiatan riset yang dilakukan juga terkait dengan pemahaman tentang kompetitor. Dalam pelaksanaannya, peserta magang belum menemukan perbedaan yang signifikan. Berdasarkan proses verifikasi kegiatan magang dengan konsep, *research* perlu melibatkan proses analisis mendalam dan memanfaatkannya sebagai acuan utama dalam penentuan arah *event*. Dalam praktiknya, data dan temuan yang sudah dikumpulkan telah dijadikan dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan, walaupun membutuhkan waktu.

Hal ini dialami oleh peserta magang. Pada saat itu, divisi *event* mengajukan untuk membeli aset pribadi, yaitu tenda untuk pelaksanaan *Workshop Terrarium* di Iconix Infinite. Keputusan akhir adalah melakukan penyewaan, meskipun hasil penyewaan tidak sepenuhnya ideal, yaitu tenda kotor dan kurang layak. Namun, keputusan tersebut tetap mempertimbangkan efisiensi

dan keterbatasan waktu tanpa mengabaikan hasil riset yang telah dilakukan. Kejadian tersebut berhasil mendorong perusahaan untuk menyesuaikan kebutuhan *event* dengan segmen konsumen kedepannya, sehingga BSD Commercial memutuskan untuk membeli tenda sebagai aset pribadi. Gambar di bawah ini merupakan bukti pendukung pengalaman di atas.



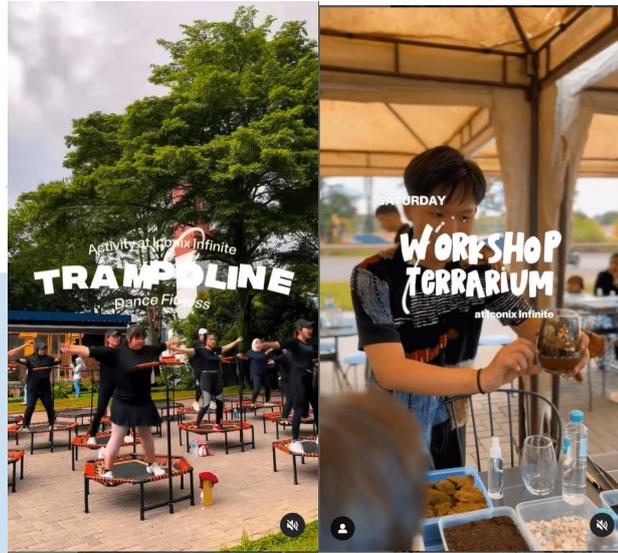
Gambar 3. 8 Pembelian Aset Pribadi

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

## B. Design

Pada tahap berikutnya, peserta magang turut menyusun proposal *event* yang mencakup latar belakang, tujuan, konsep acara, estimasi anggaran, dan target audiens. Tidak hanya itu, peserta magang juga membuat konten audio visual digital yang dipublikasi di akun instagram @bsdcommercial. Terdapat beberapa elemen penting dalam konten audio visual digital yang dibuat oleh peserta magang, yaitu logo BSD, info *inquiry call*, dan *caption* yang dapat dilihat di gambar di bawah ini.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 9 Konten Audio Visual Peserta Magang

Sumber: Data Peserta Magang (2025)



For Inquiry Call :  
021 5315 9000



Gambar 3. 10 Elemen Penting Konten Audio Visual

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Peserta magang, melibatkan diskusi dengan berbagai pihak untuk memastikan bahwa ide acara yang dikembangkan kreatif dan realistis untuk dilaksanakan. Banyak aspek yang dipertimbangkan ketika merancang sebuah *event*, seperti logistik, luas area *venue*, jumlah peserta, dan lainnya (Shone, 2019). Selain itu, perlu dipertimbangkan juga mengenai aspek komunikasi visual yang akan dipublikasi di media sosial mengenai penyampaian pesan dan materi promosi, agar penyampaian mudah dipahami dan diterima publik (Els, 2017). Gambar di bawah ini merupakan bukti diskusi pada tahap *design*.



Gambar 3. 11 Diskusi Tahap *Design*

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

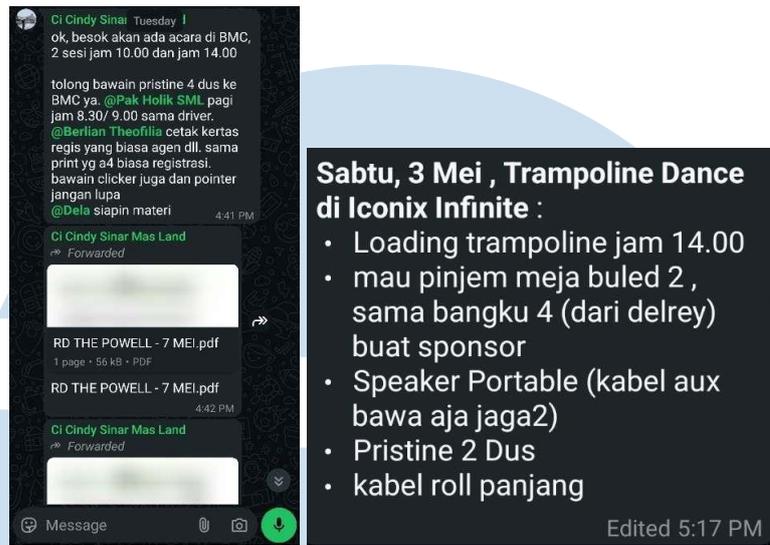
Pada tahap ini, peserta magang belajar untuk tidak hanya fokus pada kreativitas, namun juga berpikir logis dan terstruktur karena rancangan yang dibuat akan menjadi dasar dari semua langkah berikutnya (Evans, 2024). Tahap ini bagaikan jembatan antara data yang sudah dikumpulkan melalui riset dengan implementasi teknis yang akan dilakukan pada tahap *planning*. Di sini pengalaman peserta magang mulai dibentuk dari sisi ide dan visualisasi. (Wales, 2023)

Secara konsep, kegiatan ini memiliki kesesuaian dengan tahapan *design* dalam *event management process*. Tahap ini merupakan proses pengembangan konsep kreatif dari *event* berdasarkan hasil data riset yang sudah dilakukan (Bladen, 2022). Tahap ini mencakup 5 hal penting, yaitu tema acara, format kegiatan, jenis aktivitas, dan desain visualnya. Dalam praktiknya, peserta magang berperan aktif dalam proses pengembangan ide, termasuk mengusulkan aktivitas event, membuat konten visual, dan membantu penyusunan materi promosi. Di sisi lain, peserta magang juga mulai memahami tentang batasan dalam merancang konsep, seperti mempertimbangkan *venue*, kapasitas peserta, serta dukungan logistik. Tahap ini memang menjadi jembatan penting yang menghubungkan data hasil riset dengan rencana implementasi teknis pada tahap berikutnya.

Dalam pelaksanaannya, peserta magang menemukan perbedaan yang cukup signifikan pada tahap ini. Kolaborasi lintas tim di BSD Commercial sudah cukup baik, termasuk proses *briefing* yang jelas kepada tim desain agar hasil akhirnya konsisten dengan data riset dan konsep acara (Bladen, 2022). Namun, terdapat perbedaan peran yang wajar, di mana peserta magang hanya terlibat pada tahap konseptual dan tidak berperan langsung dalam proses eksekusi desain atau komunikasi dengan tim desain secara teknis. Seluruh komunikasi dilakukan oleh Kak Chieka sebagai *Event Staff*. Meskipun demikian, hal tersebut tidak memberikan dampak yang signifikan karena peserta magang tetap menerima pembaruan informasi melalui *follow up* dan diskusi internal sehingga tetap mengetahui perkembangan hasil desain.

### C. *Planning*

Tahap berikutnya, peserta magang menjalankan tugas teknis sesuai dengan arahan pembagian peran yang sudah ditentukan oleh tim internal. Peserta magang bertugas memastikan *rundown* acara berjalan sesuai jadwal, melakukan pengecekan kebutuhan logistik, dan memastikan seluruh perlengkapan pendukung acara tersedia serta siap digunakan. Gambar di bawah ini menunjukkan kebutuhan logistik dan *rundown* acara.



Gambar 3. 12 *Rundown* dan Kebutuhan Logistik

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

SESI 1						
No.	Start	End	Dur.	Event	Remarks	
1	9:30	- 10:00	0:30	Registrasi Peserta & Preparation	All Team	
2	10:00	- 10:05	0:05	Opening Speech	Pak Raichan	
3	10:05	- 10:25	0:20	Product Knowledge = <b>Kawasan Ekonomi Khusus</b>	Pak Edwin	
4	10:25	- 10:35	0:10	QnA <b>KEK Session</b>	Pak Edwin	
5	10:35	- 10:55	0:20	Product Knowledge = <b>The Powell</b>	Pak Paulus	
6	10:55	- 11:05	0:10	QnA <b>The Powell</b>	Pak Paulus	
7	11:05	- 11:10	0:05	Bagi Brochure	Bu Cindy, Pak Paulus	
8	11:10	- 11:15	0:05	Closing & Pembagian Snack	Bu Yuanita	

SESI 2						
No.	Start	End	Dur.	Event	Remarks	
1	13:30	- 14:00	0:30	Registrasi Peserta & Preparation	All Team	
2	14:00	- 14:05	0:05	Opening Speech	Pak Raichan	
3	14:05	- 14:25	0:20	Product Knowledge = <b>Kawasan Ekonomi Khusus</b>	Bu Maya	
4	14:25	- 14:35	0:10	QnA <b>KEK Session</b>	Bu Maya	
5	14:35	- 14:55	0:20	Product Knowledge = <b>The Powell</b>	Pak Paulus	
6	14:55	- 15:05	0:10	QnA <b>The Powell</b>	Pak Paulus	
7	15:05	- 15:10	0:05	Bagi Brochure	Bu Cindy, Pak Paulus	
8	15:10	- 15:15	0:05	Closing & Pembagian Snack	Bu Yuanita	

Gambar 3. 13 Contoh *Rundown Product Knowledge*

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Pada saat melakukan pengecekan dan persiapan logistik, peserta magang dibantu oleh tim lapangan yang terdiri dari 3 orang. Semua persiapan ini bertujuan untuk memastikan acara berjalan dengan lancar dan memiliki

eksposur maksimal sebelum berlangsung. Gambar di bawah ini menunjukkan bukti persiapan logistik untuk acara.



Gambar 3. 14 Persiapan Logistik *Event*

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Namun, dalam praktiknya, peserta magang tidak terlibat langsung dalam proses penyusunan rencana kerja secara menyeluruh sebagaimana yang dijelaskan dalam konsep tahap *planning*. Seluruh perencanaan teknis, termasuk penyusunan *rundown*, pembagian tugas tim, serta pengelolaan anggaran, telah sepenuhnya dirancang oleh tim internal BSD Commercial. Peserta magang hanya menerima hasil perencanaan yang sudah jadi dan bertugas memastikan bahwa semua kebutuhan acara tersedia dan berjalan sesuai dengan yang telah ditentukan.

Dari sisi konsep, tahap *planning* merupakan tahapan teknis yang berfungsi untuk menyusun rencana kerja secara detail guna merealisasikan desain acara yang telah dibuat (Bladen, 2022). Perencanaan meliputi penyusunan jadwal kegiatan, pembagian tugas, pengelolaan anggaran, serta kebutuhan logistik. Dalam praktiknya, seluruh proses perencanaan teknis, seperti penyusunan *rundown*, pembagian peran tim, dan perhitungan anggaran sepenuhnya disiapkan oleh tim internal BSD Commercial. Peserta magang tidak terlibat langsung dalam proses penyusunan rencana kerja dari awal, tetapi berperan

sebagai pelaksana yang memastikan semua kebutuhan teknis di lapangan sesuai dengan perencanaan tersebut. Peran ini membuat peserta magang tetap mendapatkan pembelajaran terkait alur perencanaan dan implementasi acara, meskipun secara formal hanya berada di sisi operasional.

Kondisi ini hanya menunjukkan sedikit perbedaan signifikan antara konsep dan praktik, karena seluruh tahapan *planning* terverifikasi memiliki kesesuaian dengan konsep. Perbedaannya hanya terletak pada porsi keterlibatan peserta magang yang lebih banyak di tahap pelaksanaan teknis, bukan dalam penyusunan perencanaan secara menyeluruh. Meskipun keterlibatan peserta magang dibatasi pada tugas operasional, hal ini tidak menimbulkan dampak signifikan. Peserta magang tetap dapat memahami alur kerja dan memperoleh pembelajaran dari *brief* dan hasil perencanaan yang telah disusun oleh tim internal BSD Commercial.

#### **D. Coordination**

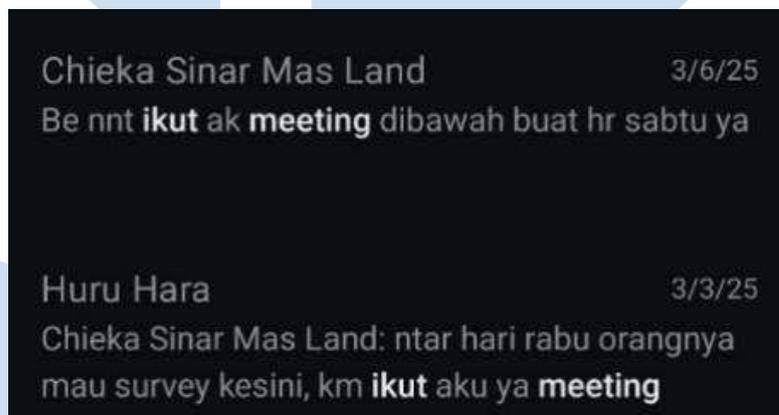
Pada tahap ini, peserta magang terlibat dalam berbagai aspek koordinasi lapangan. Pertama, memastikan kebutuhan logistik terpenuhi. Kedua, melakukan *meeting* pengecekan kesiapan *venue*. Ketiga, memastikan pihak internal dan *partner* berada dalam komunikasi yang efektif. Keempat, kesiapan penataan lokasi. Kemudian, hadir dan melakukan pengawasan selama acara berlangsung. Koordinasi ini dilakukan oleh peserta magang mulai dari hari sebelum acara untuk pengecekan kesiapan hingga hari pelaksanaan *event* itu sendiri. Di bawah ini merupakan beberapa bukti gambar peserta magang ketika melakukan tahap *coordination*.

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. 15 Checklist Kebutuhan Logistik

Sumber: Data Peserta Magang (2025)



Gambar 3. 16 Meeting Kesiapan Vanue

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

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. 17 Komunikasi Efektif dengan *Partner*

Sumber: Data Peserta Magang (2025)



Gambar 3. 18 Kesiapan Penataan Acara

Sumber: Data Peserta Magang (2025)



Gambar 3. 19 Melakukan Pengawasan Acara

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Selama berada di tahap ini, peserta magang belajar pentingnya manajemen waktu, *problem solving*, dan pengambilan keputusan cepat, terutama dalam menghadapi perubahan situasi mendadak atau kendala teknis di lapangan. Keberhasilan dalam tahap ini dapat menentukan kesan pertama masyarakat terhadap acara, serta menjadi faktor penting dalam pencapaian target penjualan dari suatu kegiatan *event*.

Secara konsep, *coordination* merupakan proses pelaksanaan dan pengawasan langsung terhadap semua elemen acara di lapangan (Bladen, 2022). Pada tahap ini, konsep dan rencana yang sudah dirancang diwujudkan secara nyata melalui koordinasi yang baik. Tahap ini bersifat dinamis dan membutuhkan keterlibatan aktif dari seluruh tim yang terlibat dalam penyelenggaraan *event*. Dalam praktiknya, peserta magang berperan aktif di semua aspek operasional saat *event*, mulai dari pengecekan kesiapan *venue*, mengatur penataan lokasi, hingga menjaga komunikasi dengan berbagai pihak yang terlibat. Pengalaman ini membuat peserta magang belajar untuk berpikir cepat, mengambil keputusan di situasi mendesak, dan memahami pentingnya peran koordinasi untuk menentukan keberhasilan sebuah *event*, terutama dalam

membentuk kesan pertama masyarakat terhadap acara sekaligus mendukung pencapaian target penjualan produk yang dipromosikan.

Selama menjalani masa magang, peserta magang tidak menemukan adanya perbedaan yang signifikan antara praktik yang dijalani di lapangan dengan konsep tahap *coordination*. Proses pelaksanaan berjalan sesuai konsep dan rencana. Hal ini menunjukkan bahwa praktik di lapangan benar-benar terverifikasi dengan konsep *coordination* yang ideal, yaitu mewujudkan perencanaan melalui eksekusi nyata dengan koordinasi yang efektif dan responsif. Peserta magang juga dilibatkan secara aktif dalam kegiatan operasional seperti pengaturan logistik hingga pelaksanaan acara. Hal ini menunjukkan bahwa konsep *coordination* dapat diimplementasikan secara optimal oleh peserta magang.

#### **E. Evaluation**

Pada tahap terakhir dalam mengurus *event*, peserta magang memiliki tanggung jawab untuk menyusun dan merangkum hasil pelaksanaan setiap *event* yang diselenggarakan setiap bulannya dalam bentuk laporan berkala atau *monthly report*. Laporan ini disusun secara sistematis dan mencakup berbagai aspek penting, antara lain keterangan tempat dan tanggal pelaksanaan *event*, jumlah peserta yang hadir, dokumentasi kegiatan dalam bentuk foto atau visual lainnya, serta deskripsi singkat mengenai jalannya acara. Selain itu, laporan ini juga memuat evaluasi terhadap *event* yang bersangkutan, seperti efektivitas pelaksanaan, kendala yang dihadapi, dan saran untuk perbaikan di masa mendatang. Dokumen ini berfungsi sebagai arsip internal dan bahan refleksi bagi tim untuk meningkatkan kualitas *event* berikutnya. Di bawah ini ditampilkan beberapa gambar contoh *monthly report* yang telah disusun oleh peserta magang selama masa kerja praktik.

**PRODUCT KNOWLEDGE**  
**ICONIX INFINITE**  
 (Agent Gathering)

**sinarmas land**  
 Building for a better future

Project : Iconix Infinite Date : 3 Maret 2025 Place : VIP Lounge - Marketing Office Invitees : 13 orang	Project : Iconix Infinite Date : 4 Maret 2025 Place : VIP Lounge - Marketing Office Invitees : 23 orang	Project : Iconix Infinite Date : 5 Maret 2025 Place : Multifunction - Marketing Office Invitees : 32 orang
--	--	---

**CUSTOMER GATHERING**  
**Tren & Kebijakan Pajak 2025**  
**(BCA Prioritas)**

**sinarmas land**  
 Building for a better future

Project : Iconix Infinite  
 Date : 12 Maret 2025  
 Place : Maystar Navapark  
 Invitees : 37 Customers (BCA Prioritas)

**Evaluation**

- Customer Gathering bertajuk "Tren & Kebijakan Pajak 2025" bersama BCA Prioritas yang diselenggarakan pada 12 Maret 2025 di Maystar Navapark berjalan lancar dan mendapat respons positif dari para undangan. Materi yang disampaikan cukup menarik dan relevan, sehingga acara berlangsung interaktif. Dari sisi profil tamu, mayoritas merupakan prospek potensial, meskipun tentu belum dapat dipastikan ketertarikan langsung mereka terhadap produk ruko yang ditawarkan. Secara keseluruhan, acara ini memberikan exposure positif dan membuka peluang komunikasi lebih lanjut dengan segmen prioritas.

Gambar 3. 20 Monthly Report

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Secara konsep, *evaluation* merupakan proses menilai sejauh mana efektivitas seluruh kegiatan *event* agar bisa menjadi dasar evaluatif dalam menyusun strategi dan perbaikan untuk *event-event* selanjutnya (Bladen, 2022). Tahap ini biasa dilakukan di setiap bulannya. Evaluasi tidak hanya dilakukan secara internal oleh tim penyelenggara, tetapi juga melibatkan *feedback* dari peserta, *partner*, maupun pihak lainnya. Dalam praktiknya, peserta magang terlibat langsung melalui penyusunan *monthly report*, yang berisi ringkasan kegiatan, dokumentasi, serta catatan evaluatif dari setiap *event*. Proses ini menjadi bagian penting dari siklus manajemen *event* karena

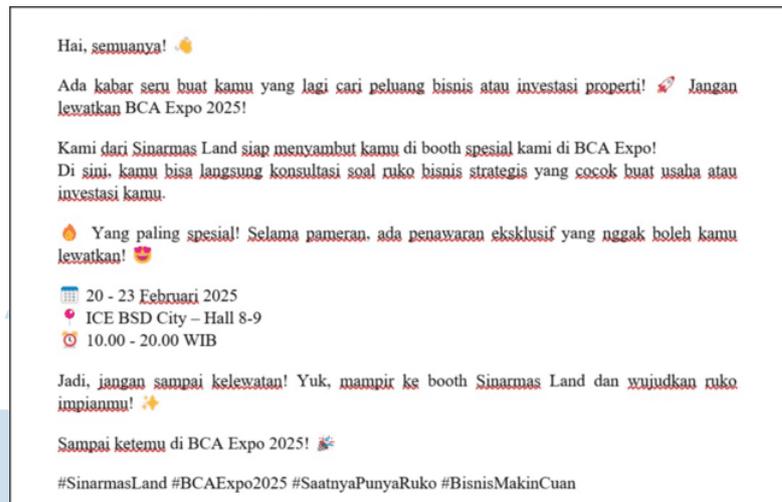
memberikan *insight* terhadap kekuatan dan kelemahan pelaksanaan *event*. Evaluasi tidak hanya dilakukan secara internal oleh tim, tetapi juga mempertimbangkan *feedback* dari peserta *event* dan *partner* kerja sama, sehingga peserta magang belajar memahami pentingnya menerima masukan dari berbagai pihak sebagai dasar pengembangan *event* selanjutnya.

Dalam pelaksanaan tahap evaluasi, peserta magang tidak menemukan adanya perbedaan antara konsep evaluasi dalam *event management* dengan praktik di lapangan. Proses evaluasi ini dialami oleh peserta magang secara konsisten setelah setiap kegiatan, dimulai dari pengumpulan data, dokumentasi, hingga penyusunan *monthly report*. Hal ini menunjukkan bahwa tugas yang dilakukan oleh peserta magang pada tahap evaluasi telah diimplementasikan dengan baik.

#### **F. Pre – Production**

Selama menjalani masa magang, tanggung jawab utama yang dilakukan oleh peserta magang pada tahap pertama pembuatan konten adalah menyusun *creative concept* (ide), *script* dan *caption* untuk konten yang akan dipublikasikan melalui *instagram story* dan *reels* akun @bsdcommercial. Proses ini dilakukan sebelum setiap kegiatan produksi konten, baik untuk *event*, *sales*, maupun dokumentasi *tenant*. Untuk bisa lanjut ke tahap produksi konten, *creative concept* (ide), *script*, dan *caption* yang dibuat peserta magang memerlukan *approval* dari *supervisor*. Di bawah ini merupakan beberapa gambar yang menunjukkan hasil kerja peserta magang pada tahap awal pembuatan konten.

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



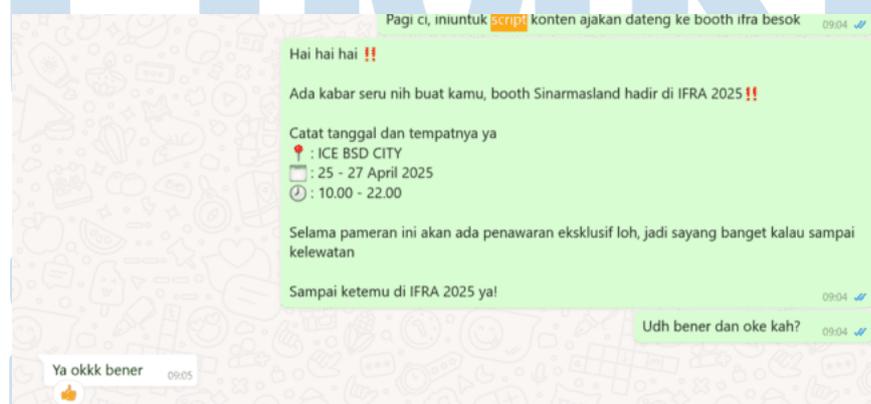
Gambar 3. 21 Contoh Script Konten Event

Sumber: Data Peserta Magang (2025)



Gambar 3. 22 Caption Konten Event

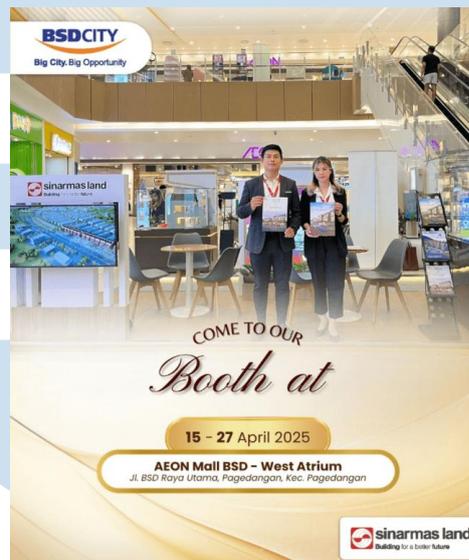
Sumber: Data Peserta Magang (2025)



Gambar 3. 23 Approval Pre - Production

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Selain itu, peserta magang juga menerima arahan langsung dari *supervisor* untuk melakukan pengambilan foto dokumentasi *event*. Foto-foto tersebut nantinya digunakan sebagai bagian dari *monthly report* dan juga dipublikasi pada *feeds* instagram @bsdcommercial. Di bawah ini merupakan beberapa gambar yang menunjukkan hasil kerja peserta magang pada tahap *pre-production*.



Gambar 3. 24 Dokumentasi *Feeds*

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

**EXHIBITION At Lobby Eastvara**

Project : Asterra Business Park  
Date : 2 April – 4 Mei 2025  
Place : Lobby Eastvara  
Invitees : Customers Eastvara



Sales yang Jaga	Leads
Michael	1
Dias	6
Clevent	1
<b>Evelyn</b>	<b>3</b>
Jerry	5
Ellen	5
Maria Nov	5
Nicolas	1
Rensy	3
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

Booking Fee Receipt:  
- Evelyn (Delrey Biztown)

**EXHIBITION At AEON Eastvara**

Project : Delrey Biztown  
Date : 24 Maret 2025 – 6 April 2025  
Place : AEON Eastvara  
Invitees : Customers Eastvara



Sales yang Jaga	Leads
Alfandi	1
Nicolas	2
Rensy	1
Yahya	4
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

Gambar 3. 25 Dokumentasi *Monthly Report*

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Secara konsep, *pre-production* merupakan tahap pertama dalam proses *media production*. Tahap ini fokus pada perencanaan, persiapan konsep, dan penyusunan materi konten sebelum proses pengambilan gambar maupun video (Wales, 2023). Kegiatan utama dalam *pre-production*, yaitu menyusun *creative concept* (ide), membuat *script*, penyusunan *caption*, dan merancang *storyboard*. Dalam praktiknya, peserta magang memiliki kesamaan ketika menjalankan semua tahapan tersebut, di mana, *creative concept*, *script* dan *caption* harus disusun terlebih dahulu dan mendapatkan persetujuan dari *supervisor* sebelum berlanjut ke proses produksi. Pemberian tugas dokumentasi *event* juga bagian dari proses ini karena berkaitan dengan persiapan materi visual yang akan digunakan baik untuk laporan maupun publikasi media sosial.

Setelah dilakukan verifikasi antara konsep dan praktik di lapangan, ditemukan perbedaan pada bagian pembuatan *storyboard* yang seharusnya menjadi salah satu elemen penting dalam tahapan *pre-production*. Ketiadaan *storyboard* menyebabkan potensi perbedaan interpretasi antara perencana dan pelaksana di lapangan, serta meningkatkan risiko revisi saat tahap *production* dan *post-production* karena tidak adanya acuan gambar yang rinci. Meski demikian, kondisi ini terjadi bukan karena kesalahan pihak tertentu, melainkan karena penyesuaian dengan ritme kerja perusahaan yang lebih mengutamakan efisiensi waktu untuk kebutuhan konten media sosial harian. Walau terdapat perbedaan ini, secara keseluruhan kegiatan *pre-production* yang dijalankan oleh peserta magang tetap dapat terverifikasi dengan konsep dasarnya.

#### **G. Production**

Selama masa magang, peserta magang terlibat dalam tahap produksi di 3 kategori konten, yaitu *event*, *sales*, dan *tenant*. Untuk kategori konten *event*, peserta magang melakukan *voice over*, perekaman langsung di lokasi *event*, mendokumentasi kegiatan yang berlangsung, dan menjadi *talent*. Konten *event* menghasilkan video untuk dipublikasi di instagram *story* dan *reels* @bsdcommercial dan foto untuk dimasukkan kedalam *feeds* @bsdcommercial

dan *monthly report*. Di bawah ini merupakan *monthly report* konten dan dokumentasi konten *feeds* yang dibuat oleh peserta magang



Gambar 3. 26 Konten *Reels & Story Event* April

Sumber: Data Peserta Magang (2025)



Gambar 3. 27 Konten *Story Event* Februari

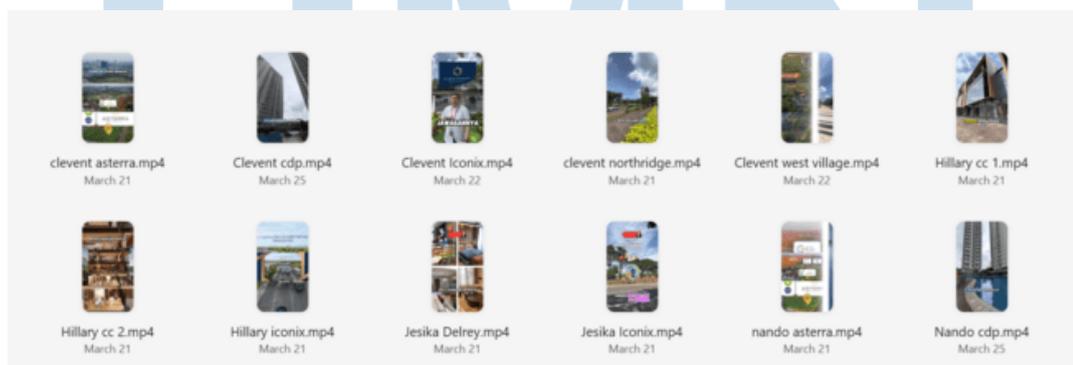
Sumber: Data Peserta Magang (2025)



Gambar 3. 28 Dokumentasi Konten *Event Feeds*

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

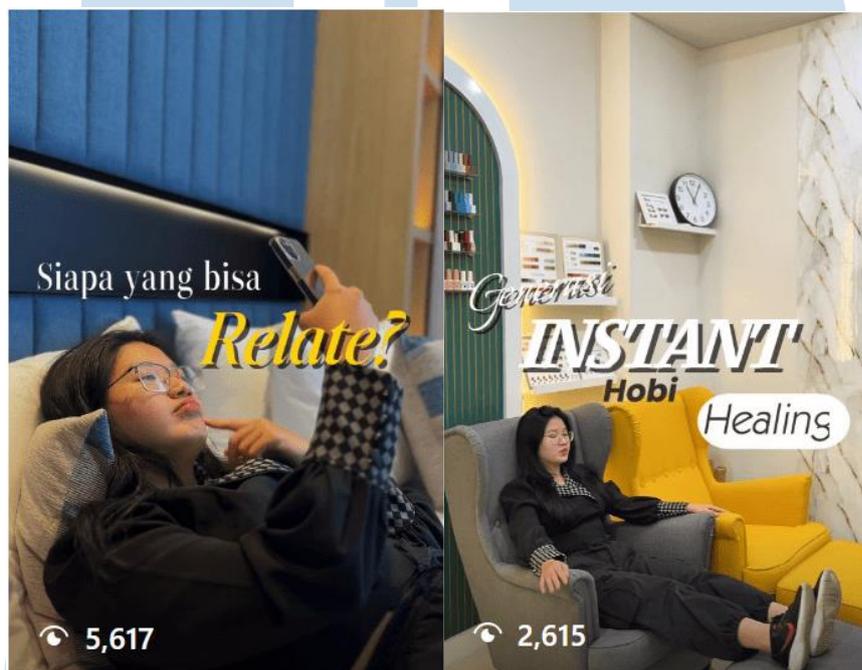
Untuk kategori konten *sales*, peserta magang melakukan perekaman berdasarkan arahan yang sudah disepakati melalui diskusi dan *brief* dari sales. Peserta magang menyesuaikan gaya maupun pesan konten sesuai dengan kebutuhan komunikasi yang telah ditentukan oleh tim *sales*. Konten *sales* menghasilkan video *reels* untuk dipublikasi di masing-masing akun instagram milik para *sales*. Di bawah ini merupakan gambar konten *sales* yang dibuat oleh peserta magang di bulan Maret.



Gambar 3. 29 Konten *Sales* Bulan Maret

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Untuk kategori konten *tenant*, peserta magang berperan sebagai *talent* utama dalam video yang menampilkan promosi *tenant* yang bekerja sama dengan @bsdcommercial. *Tenant* yang dipromosikan bisa berada di dalam beberapa bidang, seperti *food & beverage* sampai dengan kecantikan. Konten *tenant* menghasilkan video *reels* Instagram @bsdcommercial yang berbentuk *collaboration post* dengan @gadingserpongupdate dan @bsdupdate. Gambar di bawah ini menunjukkan peserta magang katika menjadi *talent*.



Gambar 3. 30 Konten *Tenant*

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Secara konsep, tahap *production* merupakan fase di mana seluruh materi visual dan audio yang telah direncanakan mulai dieksekusi secara langsung (Wales, 2023). Pada tahap ini, ini dilakukan proses pengambilan gambar, video, dan perekaman suara untuk menghasilkan konten sesuai dengan standar perusahaan. Dalam praktiknya, peserta magang berperan aktif di seluruh proses *production*, mulai dari merekam *footage*, mendokumentasikan *event*, menjadi *talent* untuk promosi *tenant*, hingga menyesuaikan gaya komunikasi visual dengan kebutuhan tim *sales*. Peserta magang juga belajar secara langsung

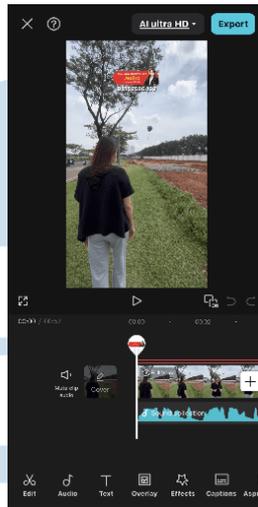
mengenai standar teknis, seperti pencahayaan, *angle*, dan *framing*, dengan pendampingan dari *supervisor* selama masa magang berlangsung.

Setelah dilakukan verifikasi, peserta magang sudah cukup aktif dalam proses produksi, sehingga tidak mengalami perbedaan signifikan dalam pelaksanaannya. Peserta magang mampu belajar mandiri dengan bimbingan dari *supervisor* terkait standar visual, seperti pencahayaan dan *framing*. Peserta magang mendapatkan kesempatan untuk langsung praktik di lapangan, sehingga proses pembelajaran berlangsung secara efektif dan *real-time*. Memang pada awal masa magang peserta memerlukan waktu penyesuaian sekitar satu bulan pertama untuk memahami standar produksi visual yang ditetapkan oleh perusahaan, namun hal ini merupakan proses adaptasi yang wajar dan tidak mengganggu jalannya produksi. Dengan demikian, pelaksanaan tahap *production* oleh peserta magang di BSD Commercial dapat terverifikasi dengan konsep *media production*.

#### **H. Post – Production**

Dalam praktiknya, peserta magang mengedit konten video, baik untuk kategori *event* maupun *sales* menggunakan aplikasi CapCut *premium*. Untuk kategori konten *event*, peserta magang melakukan proses *editing*, mulai dari pemilihan momen terbaik, pemotongan *footage*, hingga penambahan gambar dan teks (Dancyger, 2018). Proses *editing* ini dilakukan di kantor BSD Commercial atau secara *remote* jika memungkinkan, menggunakan perangkat dan aplikasi pribadi milik peserta magang. Kemudian memasukan *caption* pelengkap yang sudah disusun di *pre-production* dan menjadwalkan publikasi konten ke *platform* media sosial, yaitu instagram *reels* dan *story* akun @bsdcommercial. Di bawah ini merupakan gambar pengerjaan *post-production*.

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. 31 Proses *Editing*

Sumber: Data Peserta Magang (2025)



Gambar 3. 32 Pemeriksaan Konten *Sales*

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Untuk kategori konten *sales*, peserta magang juga turut berperan dalam keseluruhan proses *editing* materi visual yang akan digunakan untuk keperluan promosi. Proses ini mencakup pemilihan *footage*, pemotongan klip, penyesuaian warna, serta penambahan elemen grafis atau teks sesuai kebutuhan. Setelah proses *editing* selesai, hasil konten akan diserahkan kepada tim *sales* untuk dilakukan pemeriksaan ulang sebelum akhirnya dipublikasikan di akun media sosial pribadi masing-masing *sales*. Perlu dicatat bahwa dalam hal pembuatan *caption* atau narasi yang menyertai konten *sales*, peserta magang tidak terlibat secara langsung. Tugas tersebut sepenuhnya ditangani

oleh tim *sales* yang memiliki pemahaman lebih mendalam mengenai strategi komunikasi dan pendekatan terhadap target market mereka. Hal ini dilakukan guna memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap selaras dengan gaya komunikasi individu serta tujuan promosi yang diharapkan.

Secara konsep, tahap *post-production* adalah fase yang fokus pada penyempurnaan materi yang telah diambil pada tahap *production*. Kegiatan utama dari tahap ini adalah, *editing*, pengaturan warna dan suara, penambahan elemen grafis atau teks, serta penyesuaian format media agar sesuai dengan *platform* distribusi (Wales, 2023). Tahap ini dapat menentukan kualitas akhir dari konten yang akan dipublikasikan kepada audiens. Dalam praktiknya, peserta magang menerapkan semua proses ini, khususnya untuk konten *event* dan *sales*. Untuk konten *sales*, peserta magang juga memahami batasan peran dengan tidak terlibat langsung dalam pembuatan *caption* atau narasi, karena hal tersebut menjadi tanggung jawab tim *sales* yang lebih memahami strategi komunikasi kepada target market masing-masing.

Selama menjalani dan melakukan verifikasi pada tahap ini, peserta magang menemukan adanya perbedaan dalam praktik nyata dibandingkan dengan konsep yang dipelajari. Praktik kerja di lapangan mencakup dua kegiatan tambahan yang tidak secara eksplisit dibahas dalam konsep *post-production*, yaitu publikasi konten ke media sosial dan penyusunan laporan bulanan terkait jumlah serta jenis konten yang telah diproduksi oleh peserta magang. Kedua kegiatan ini memperluas cakupan peran peserta magang dalam tahap *post-production* secara menyeluruh. Meskipun demikian, perbedaan ini bukan merupakan kekeliruan, melainkan adaptasi terhadap kebutuhan operasional di lapangan, di mana proses *editing* sekaligus diikuti oleh proses penjadwalan publikasi dan pencatatan konten yang sudah diproduksi sebagai bagian dari pertanggungjawaban kerja. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa proses *post-production* yang dilakukan oleh peserta magang tetap terverifikasi dengan konsep dasarnya, dengan tambahan tugas yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan agar lebih praktis dan efisien.

### 3.2.3 Kendala Utama

Berikut ini adalah beberapa poin kendala yang dihadapi oleh peserta magang selama menjalani masa magang sebagai *Event & Promotion Intern* di PT Bumi Serpong Damai.

1. Usulan *event* yang telah dirancang tidak selalu langsung mendapat persetujuan dari pihak pimpinan. Meskipun rancangan ide tersebut sudah disesuaikan dengan tujuan komersial dan kebutuhan promosi, pihak pimpinan lebih memilih untuk menilai terlebih dahulu bagaimana pelaksanaan awal dari *event* tersebut sebelum menyetujui kebutuhan tambahan seperti akomodasi atau logistik.
2. Terbatasnya keterlibatan peserta magang dalam komunikasi internal. Dalam praktiknya, hampir seluruh proses koordinasi, diskusi dengan *Designer Graphic*, dan pengambilan keputusan dilakukan oleh *Event Staff*, sehingga ruang partisipasi *intern* cukup terbatas. Hal ini menyebabkan proses belajar peserta magang dalam komunikasi tim inti jadi terbatas.
3. Komunikasi dengan pihak eksternal, yaitu *partner*, tidak selalu berjalan lancar. Beberapa kali terjadi miskomunikasi dan keterlambatan respon yang berdampak pada teknis pelaksanaan *event*. Contohnya seperti, perubahan jadwal yang mendadak, keterlambatan pengiriman materi promosi, maupun kendala dalam penyediaan fasilitas maupun logistik.
4. Beban kerja yang dihadapi oleh peserta magang juga menjadi tantangan sendiri. Tugas utama pengawasan *event* dan pembuatan konten promosi seringkali dilakukan secara bersamaan dan dengan tenggat waktu yang cukup singkat. Peserta magang dituntut untuk *multitasking*, mulai dari mengawasi *event*, mengambil gambar & video, *editing*, dan mengunggah konten. Padatnya jadwal dan banyaknya *jobdesk* yang menumpuk menyebabkan peserta magang merasa kewalahan.

### 3.2.4 Solusi

Berikut ini adalah penjabaran solusi dari kendala-kendala yang telah dialami oleh peserta magang selama menjalankan tugasnya sebagai *Event & Promotion intern* di PT Bumi Serpong Damai.

1. Peserta magang membangun komunikasi yang lebih terbuka dengan *supervisor* yang juga tersampaikan pada pihak pimpinan. Setelah pelaksanaan *event*, pihak pimpinan menyadari pentingnya dukungan terhadap penyediaan kebutuhan *event* sejak awal. Komunikasi yang aktif, terbuka, dan penyampaian hasil riset yang jelas berhasil meyakinkan pihak pimpinan bahwa pembelian aset atau akomodasi memang diperlukan dan sesuai dengan kebutuhan di lapangan.
2. Peserta magang berupaya mengambil inisiatif untuk *follow up* mengenai perkembangan dan progress pekerjaan tim. Inisiatif untuk rutin bertanya dilakukan untuk menunjukkan keseriusan peserta magang dalam memahami alur kerja dan mendapatkan kepercayaan dari staf internal. Dengan bersikap seperti ini, peserta magang mulai diberi tanggung jawab lebih luas dan lebih dilibatkan dalam beberapa diskusi teknis ringan.
3. Peserta magang dan tim melakukan evaluasi dan diskusi untuk menemukan solusi terbaik. Salah satu langkah yang diambil sebagai solusi dari lambatnya respon partner dan sedikitnya pendaftar adalah melakukan penjadwalan ulang (*reschedule*). Solusi yang dilakukan ketika melakukan evaluasi dan diskusi terbukti membantu memperlancar komunikasi dengan *partner* dan memperkecil potensi miskomunikasi berikutnya.
4. Peserta magang menerapkan manajemen waktu dibantu dengan *tools*, yaitu *Outlook Calendar*. *Outlook Calendar* terhubung dengan akun *intern* milik Sinar Mas Land, sehingga kalender tersebut dapat dibagikan ke *supervisor* dan staf *event*. Hal ini membuat mereka dapat melihat jadwal peserta magang ketika sedang melakukan tugas tertentu. Transparansi ini membantu menyesuaikan permintaan tugas tambahan, sehingga meringankan beban kerja peserta magang tanpa menurunkan kualitas hasil.