

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

##### A) Kedudukan

Penulis melaksanakan program kerja magang selama 640 jam kerja sesuai dengan ketentuan dari Universitas Multimedia Nusantara. Kegiatan magang ini dilaksanakan di PT KapanLagi Youniverse (KLY), salah satu perusahaan media digital terbesar di Indonesia yang berada di bawah naungan grup EMTEK (Elang Mahkota Teknologi). Penulis menempati posisi sebagai Event & Strategic Intern pada Divisi Event & Strategic, yang berada di bawah supervisi langsung Aldin Nizar selaku Head of Event & Strategic sekaligus Supervisor selama pelaksanaan magang. Divisi ini berperan penting dalam merancang dan mengeksekusi berbagai kegiatan komunikasi dan event yang menjadi bagian dari strategi promosi maupun kolaborasi brand KLY.

Menurut Thomas dan Stephens (2022), manajemen event adalah proses strategis yang melibatkan pengelolaan pemicu, bias, sumber daya, serta dinamika organisasi untuk memastikan sebuah acara dapat direncanakan dan dieksekusi secara efektif. Oleh karena itu, sebagai Event & Strategic Intern, penulis terlibat secara langsung dalam proses perencanaan, koordinasi, dan pelaksanaan beragam kegiatan yang diselenggarakan oleh KLY, baik untuk kebutuhan internal perusahaan maupun kerja sama dengan mitra eksternal (brand partnership). Tanggung jawab yang dijalankan mencakup berbagai tahapan produksi event, seperti proses *event ideation*, penyusunan *event deck* dan *rundown*, hingga persiapan kebutuhan teknis seperti survei lokasi (*venue checking*), pencarian vendor, serta pengelolaan logistik. Melalui peran ini, penulis mendapatkan pengalaman praktis dalam memahami proses perancangan sebuah acara dari tahap awal hingga pelaksanaan di lapangan.

Selain berfokus pada aspek perencanaan dan operasional, penulis juga berkontribusi dalam proses komunikasi eksternal dengan berbagai pihak yang terlibat. Hal ini meliputi kegiatan berkoordinasi dengan vendor, berkomunikasi dengan pihak brand *tap-in*, serta menghadiri rapat bersama tim internal dan klien untuk membahas konsep, strategi, maupun kebutuhan acara. Pada saat pelaksanaan event, penulis turut berperan dalam mendukung koordinasi di lapangan, memastikan seluruh elemen produksi berjalan sesuai dengan konsep yang telah dirancang, serta membantu tim dalam mengatasi kebutuhan teknis secara real time agar acara dapat berlangsung dengan lancar.

Dalam aspek komunikasi acara, penulis juga terlibat dalam penyusunan *cue card* untuk pembawa acara (MC) serta melakukan *briefing* sebelum acara dimulai guna memastikan pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens. Selain itu, penulis membantu proses dokumentasi selama kegiatan berlangsung, termasuk pengambilan *footage* dan momen penting yang digunakan sebagai bahan publikasi maupun evaluasi pasca- acara. Kegiatan ini memberikan pemahaman bagi penulis tentang pentingnya komunikasi visual dan dokumentasi dalam mendukung citra dan keberhasilan sebuah event.

Melalui pengalaman magang ini, penulis memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai alur kerja dalam penyelenggaraan event, mulai dari tahap konseptual, koordinasi antardivisi, hingga pelaksanaan di lapangan. Posisi sebagai Event & Strategic Intern tidak hanya memperkuat keterampilan teknis dalam manajemen acara, tetapi juga mengasah kemampuan komunikasi, kolaborasi tim, serta penerapan strategi kreatif dalam konteks profesional. Pengalaman ini menjadi bekal berharga bagi penulis untuk memahami praktik kerja nyata di industri media digital serta bagaimana strategi event digunakan untuk memperkuat posisi dan reputasi perusahaan di mata publik dan mitra brand.

## B) Koordinasi

Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan secara rinci mengenai alur koordinasi pekerjaan selama menjalani magang sebagai Event & Strategic Intern di PT KapanLagi Youniverse. Penjelasan ini mencakup bagaimana proses komunikasi, pembagian tugas, serta koordinasi lintas divisi dilakukan dalam mendukung penyelenggaraan berbagai proyek dan event perusahaan. Melalui posisi ini, penulis tidak hanya berperan sebagai pelaksana kegiatan, tetapi juga menjadi bagian dari rantai koordinasi yang memastikan setiap tahapan perencanaan hingga eksekusi berjalan selaras dengan arahan dari atasan dan kebutuhan klien. Alur koordinasi ini juga akan dilengkapi dengan bagan yang menggambarkan hubungan kerja antarposisi dan divisi yang terlibat dalam proses pelaksanaan tugas.



Gambar 3.1 Alur Kerja Penulis

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Dalam struktur organisasi PT KapanLagi Youniverse, alur koordinasi divisi Event & Strategic berawal dari Head of Marketing Communication, yang berperan sebagai penanggung jawab utama dalam menentukan arah strategi komunikasi perusahaan. Menurut Strode (2016), koordinasi adalah proses untuk “mengelola ketergantungan (dependency) antar aktivitas” dalam sebuah proyek, seperti keterkaitan pengetahuan, proses, dan sumber daya. Maka dari itu, kepala divisi ini memiliki fungsi strategis dalam mengoordinasikan berbagai departemen di bawah naungannya untuk memastikan seluruh kegiatan sejalan dengan tujuan bisnis perusahaan.

Head of Marketing Communication memberikan arahan, kebijakan, serta persetujuan akhir terhadap setiap rencana event atau aktivitas promosi yang diusulkan oleh tim Event & Strategic agar tetap relevan dengan strategi komunikasi korporasi secara keseluruhan.

Di bawah Head of Marketing Communication terdapat Supervisor sekaligus Head of Event & Strategic, yaitu Aldin Nizar, yang bertanggung jawab langsung dalam mengelola pelaksanaan kegiatan event dan strategi komunikasi yang telah disetujui. Posisi ini berperan sebagai penghubung antara manajemen atas dan tim pelaksana di lapangan. Dalam kesehariannya, Head of Event & Strategic melakukan koordinasi rutin dengan tim internal untuk menyusun ide konsep acara, menentukan kebutuhan sumber daya, serta menyusun *timeline* pelaksanaan. Selain itu, posisi ini juga memastikan bahwa setiap kegiatan event dapat berjalan sesuai dengan standar kualitas dan nilai brand yang diusung oleh perusahaan maupun klien mitra.

Selanjutnya, penulis sebagai Event & Strategic Intern bekerja di bawah arahan langsung dari Head of Event & Strategic. Dalam pelaksanaannya, penulis membantu proses perencanaan dan koordinasi operasional event, mulai dari pembuatan *deck* konsep, penyusunan *rundown*, hingga komunikasi dengan vendor dan pihak eksternal. Koordinasi ini dilakukan secara intens untuk memastikan seluruh kebutuhan teknis dan logistik terpenuhi dengan baik. Penulis juga mendukung proses administrasi event seperti riset vendor, *venue checking*, dan pengumpulan kebutuhan dokumentasi. Selain menerima arahan langsung dari supervisor, penulis juga diberikan kesempatan untuk memberikan masukan ide kreatif selama proses *event ideation* berlangsung, sehingga mampu berkontribusi secara aktif dalam tim.

Dalam praktik kerja sehari-hari, baik Head of Event & Strategic maupun Event & Strategic Intern juga berkoordinasi lintas divisi dengan beberapa tim pendukung, seperti Creative Team, Sales Team, KOL & Talent Team, Partnership Team, serta Design Team. Kolaborasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh aspek acara dapat berjalan selaras, mulai dari ide kreatif, eksekusi produksi, pengelolaan sponsor dan brand partner, hingga pembuatan materi komunikasi visual. Selain itu, koordinasi eksternal juga dilakukan dengan berbagai vendor, seperti penyedia perlengkapan teknis, dekorasi, dokumentasi, serta pihak pengisi acara. Pola kerja kolaboratif ini memungkinkan pelaksanaan event berjalan efektif dan efisien, sekaligus menciptakan hasil yang sesuai dengan konsep dan ekspektasi klien.

Melalui sistem koordinasi yang terstruktur ini, alur kerja di Divisi Event & Strategic menjadi lebih terarah dan profesional. Setiap posisi memiliki peran yang saling melengkapi, mulai dari perumusan strategi di tingkat manajerial, perencanaan detail di tingkat supervisor, hingga pelaksanaan teknis yang dilakukan oleh tim pelaksana dan intern. Dengan demikian, kegiatan event yang dijalankan tidak hanya berfungsi sebagai bentuk aktivasi brand, tetapi juga menjadi sarana efektif dalam memperkuat citra perusahaan dan menjalin hubungan yang lebih erat dengan berbagai pemangku kepentingan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.1 Tugas yang Dilakukan

Selama penulis melaksanakan kegiatan magang sebagai *Event & Strategic Intern* di PT KapanLagi Youniverse, terdapat beberapa tugas utama yang dilakukan. Berikut penulis lampirkan dalam bentuk data yang valid:

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang Penulis

Proses Kerja Magang	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																			
		Juli				Agustus				September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Event & Strategic Intern	Meeting																				
	Event Ideation																				
	Event Production																				
	Event Parade Wastra Nusantara																				
	Event Fimela X Indomilk																				
	Event Anugerah Liputan 6																				
	Event Pertamina Hulu Energy (PHE)																				
	Event Report/Evaluation																				

Selama masa magang, penulis terlibat dalam berbagai kegiatan mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan event yang melibatkan koordinasi dengan berbagai pihak internal maupun eksternal. Aktivitas tersebut mencakup *meeting* (rapat koordinasi), *event ideation* (pengembangan ide acara), *event production* (produksi dan pelaksanaan acara), serta keterlibatan langsung dalam sejumlah acara seperti Parade Wastra Nusantara, Fimela x Indomilk, Anugerah Liputan6, dan Pertamina Hulu Energy (PHE). Selain itu, penulis juga membantu proses penyusunan *event report* (laporan acara) dan *event evaluation* (evaluasi pasca-acara) sebagai bagian dari tahap akhir pelaksanaan acara. Keterlibatan tersebut sejalan dengan konsep *event management lifecycle* yang dikemukakan oleh Allen et al. (2015), yang menjelaskan bahwa penyelenggaraan event terdiri dari tahapan perencanaan, pengembangan konsep, pelaksanaan produksi, dan evaluasi pasca-acara untuk memastikan tercapainya tujuan strategis.

### 3.2 Uraian Pelaksanaan Kerja

Penulis melakukan kegiatan magang di PT KapanLagi Youniverse (KLY) dengan tujuan untuk mengimplementasikan pengetahuan, keterampilan teknis (*hard skill*), dan keterampilan non-teknis (*soft skill*) yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata di



industri media digital. Penulis menempati posisi sebagai *Event & Strategic Intern* di bawah divisi Event & Strategic yang berperan penting dalam proses perencanaan, pengembangan konsep, hingga pelaksanaan berbagai event yang melibatkan kerja sama dengan brand eksternal maupun kegiatan internal perusahaan. Berikut merupakan penjabaran tugas dan tanggung jawab yang dijalankan oleh penulis selama kegiatan magang berlangsung:

- a) Pada tahap *meeting*, penulis turut berpartisipasi dalam pertemuan internal maupun eksternal yang melibatkan pihak brand partner. Kegiatan ini dilakukan untuk membahas konsep awal acara, kebutuhan teknis, hingga strategi pelaksanaan yang akan diterapkan. Melalui kegiatan ini, penulis mempelajari pentingnya komunikasi dan koordinasi lintas divisi dalam memastikan seluruh pihak memiliki pemahaman yang sama terhadap tujuan dan konsep event.
- b) Dalam proses *event ideation*, penulis berperan dalam penyusunan *event deck* yang berisi ide, konsep, serta rencana pelaksanaan acara yang disesuaikan dengan kebutuhan klien dan strategi komunikasi brand. Penulis juga berkontribusi dalam memberikan ide-ide kreatif yang relevan agar setiap event memiliki nilai strategis dan daya tarik tersendiri bagi target audiens.
- c) Pada tahap *event production*, penulis terlibat dalam kegiatan operasional seperti melakukan *venue visit*, memproduksi *cue card* untuk MC, membantu proses *briefing* MC sebelum acara, serta melakukan pencarian lokasi dan vendor pendukung sesuai kebutuhan acara. Penulis juga membantu mencari opsi *OOH advertising* untuk mendukung promosi event agar menjangkau audiens yang lebih luas.
- d) Selama masa magang, penulis turut berperan dalam beberapa event besar yang diselenggarakan oleh KLY. Salah satunya adalah *Parade Wastra Nusantara*, acara tahunan yang bertujuan

memperkenalkan, merayakan, dan melestarikan kekayaan kain tradisional Indonesia. Acara ini mempertemukan desainer, pengrajin, pelaku UMKM, dan pecinta budaya melalui pameran, *fashion show*, serta kompetisi yang menonjolkan keindahan wastra lokal.

- e) Selain itu, penulis juga terlibat dalam *event Fimela x Indomilk: The Beauty of Cooking Indomilk Kental Manis x Fimela*, yang menghadirkan sesi *creative cooking* dan *food styling* bersama Chef Ade Koerniawan, *runner-up* MasterChef Indonesia Season 6. Penulis membantu dalam proses persiapan dan koordinasi pelaksanaan acara yang diikuti oleh 30 peserta dengan antusiasme tinggi.
- f) Penulis juga berpartisipasi dalam penyelenggaraan *Anugerah Liputan6*, acara penghargaan yang diberikan kepada individu dan sosok inspiratif yang telah memberikan dampak positif bagi masyarakat. Dalam event ini, penulis terlibat dalam proses penyusunan *cue card*, koordinasi dengan MC, serta membantu jalannya acara agar berjalan sesuai konsep dan rundown yang telah disusun.
- g) Sementara itu, dalam *event Pertamina Hulu Energy (PHE)*, penulis turut membantu tim dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan internal perusahaan yang bertujuan memperkuat nilai dan kebersamaan antarpegawai. Penulis berkontribusi dalam tahap koordinasi vendor, penyusunan kebutuhan teknis, serta memastikan keseluruhan acara berjalan sesuai dengan ekspektasi klien dan tujuan perusahaan.
- h) Pada tahap akhir, penulis membantu dalam penyusunan *event report* dan *evaluation* yang memuat dokumentasi, analisis hasil pelaksanaan, serta capaian objektif acara yang dituangkan dalam bentuk *deck*. Hasil laporan ini digunakan sebagai bahan evaluasi internal dan acuan untuk pengembangan event berikutnya.



Melalui seluruh pengalaman tersebut, penulis memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses penyelenggaraan event secara profesional, mulai dari tahap ideasi hingga evaluasi akhir. Tugas dan tanggung jawab yang dijalankan selama magang juga membantu penulis mengasah kemampuan dalam perencanaan strategis, manajemen waktu, komunikasi antar divisi, serta penerapan elemen kampanye terintegrasi dalam konteks nyata dunia industri.

### **3.2.1 Proses Pelaksanaan**

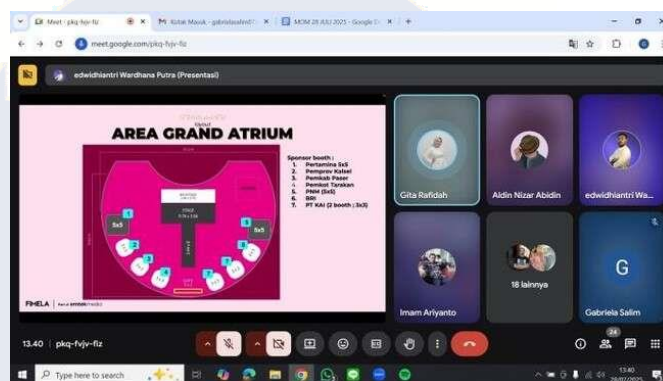
Selama penulis menjalani kegiatan magang sebagai *Event & Strategic Intern* di PT KapanLagi Youniverse, terdapat beberapa tanggung jawab utama yang dijalankan dan berkaitan langsung dengan proses perencanaan hingga pelaksanaan acara perusahaan. Berikut merupakan uraian tugas dan kegiatan yang dilakukan selama masa magang. Seluruh kegiatan ini juga menjadi penerapan dari mata kuliah *Integrated Brand Campaign* yang menekankan pentingnya kolaborasi lintas divisi, perencanaan strategi komunikasi, serta pelaksanaan kampanye yang terintegrasi antara klien dan media.

#### **3.2.1.1 Meeting dengan brand dan internal**

Kegiatan *meeting* dilakukan secara rutin, baik bersama *supervisor*, *head of event & strategic*, maupun dengan divisi lain seperti *creative team*, *sales team*, dan *partnership team*. Tujuan dari pertemuan ini adalah membahas perkembangan proyek, pembagian tugas, dan pembaruan terkait jadwal acara. Selain itu, rapat juga menjadi ruang untuk melakukan *brainstorming* ide, penyampaian laporan progress, serta koordinasi langsung dengan klien maupun vendor eksternal.

Kegiatan ini sejalan dengan teori *Organizational Communication* dari W. Charles Redding yang menekankan pentingnya komunikasi internal yang efektif dalam menjaga koordinasi, membangun pemahaman bersama, serta meningkatkan efisiensi kerja antaranggota organisasi.

Selama meeting berlangsung, penulis juga berperan dalam mencatat *Minutes of Meeting (MOM)* yang berisi poin-poin penting pembahasan serta tindak lanjut dari setiap agenda rapat. Adapun gambar yang ditampilkan pada laporan ini menggambarkan suasana rapat internal yang berlangsung secara kolaboratif, memperlihatkan interaksi antardivisi dalam mendiskusikan ide dan strategi pelaksanaan event.



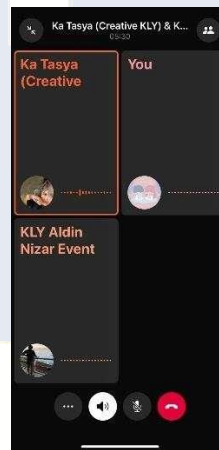
Gambar 3.2.1.1.1 Meeting dengan brand Wardah

Salah satu meeting yang diikuti adalah rapat persiapan untuk *Event Parade Wastra*. Pertemuan ini dilakukan secara internal bersama beberapa divisi seperti Creative, KOL, dan Logistic untuk membahas berbagai kebutuhan teknis yang harus dipenuhi menjelang acara. Pembahasan mencakup kebutuhan KOL yang akan diundang, kebutuhan perlengkapan panggung, hingga koordinasi terkait rundown dan dekorasi acara. Melalui diskusi ini, setiap tim dapat saling memberikan masukan dan memastikan semua kebutuhan dapat terpenuhi sesuai dengan standar event yang diharapkan.



Gambar 3.2.1.1.2 Meeting lanjutan dengan brand Wardah

Selain meeting internal, penulis juga mengikuti rapat dengan pihak *brand Wardah* untuk membahas rencana pelaksanaan *brand session*. Dalam pertemuan tersebut, tim berdiskusi mengenai konsep kegiatan, bentuk aktivasi, dan *treatment* yang akan diterapkan selama sesi berlangsung agar sesuai dengan citra serta nilai-nilai merek Wardah. Meeting ini juga menjadi momen penting untuk memastikan keselarasan antara kebutuhan klien dan konsep kreatif dari pihak internal, sehingga hasil yang dihadirkan dapat mencerminkan kolaborasi yang profesional dan efektif.



Gambar 3.2.1.1.3 Meeting Internal event Fimela X Indomilk

Penulis juga berpartisipasi dalam *online meeting* untuk menyusun kerangka acara *Fimela X Indomilk*. Dalam pertemuan ini, pembahasan difokuskan pada aspek teknis seperti alur acara (*event flow*), pembagian peran antar divisi, serta mekanisme koordinasi di lapangan. Diskusi dilakukan bersama Head of Event & Strategic untuk menyusun konsep yang matang dan terukur, termasuk menentukan kebutuhan media, pengisi acara, serta pengalaman audiens yang ingin dihadirkan.



Gambar 3.2.1.1.4 Meeting untuk event Fimela MOM

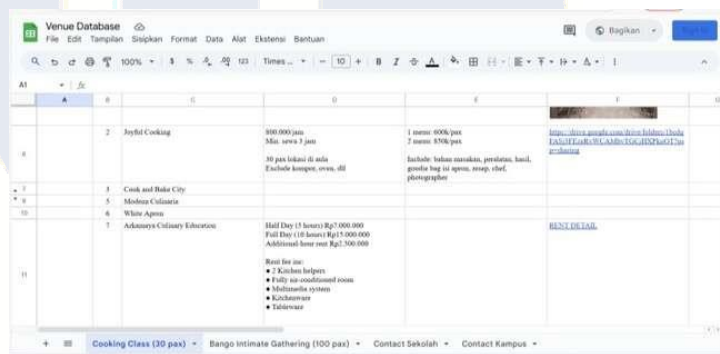
Selanjutnya, penulis turut menghadiri meeting untuk dua proyek besar mendatang, yaitu *KLBB Festival 2026* dan *Fimela MOM*. Dalam pertemuan tersebut, tim membahas pengembangan konsep *Fimela MOM* sebagai program yang berfokus pada komunitas ibu dan keluarga muda, serta perancangan awal *KLBB Festival 2026* sebagai event tahunan berskala besar. Kedua rapat ini menjadi ruang bagi tim untuk menyatukan visi kreatif dan strategi pelaksanaan jangka panjang agar dapat menciptakan event yang relevan, menarik, dan berdampak positif bagi audiens maupun mitra brand.

### 3.2.1.2 Event Ideation

Menurut Eventtia (2024), *ideation* dalam manajemen event adalah tahap di mana tim menghasilkan dan mengeksplorasi konsep-konsep acara (purpose, format, tema, pengalaman audiens) melalui sesi kreatif seperti brainstorming dan workshop, sebelum masuk ke tahap perencanaan rinci dan produksi. Maka dari itu, pada tahap *event ideation*, penulis berperan dalam membantu proses pengembangan konsep acara sesuai dengan kebutuhan dan identitas brand klien. Penulis turut terlibat dalam sesi *brainstorming* ide kreatif, penyusunan *proposal concept*, dan penyesuaian dengan strategi komunikasi yang ingin dicapai oleh klien. Tahapan ini juga menjadi penerapan langsung dari mata kuliah *Integrated Brand Campaign*, terutama dalam hal menggabungkan pesan merek dengan pengalaman audiens melalui aktivasi yang relevan dan menarik.

Pada tahap *event ideation*, penulis berperan dalam membantu proses pengembangan konsep acara sesuai dengan kebutuhan dan identitas brand

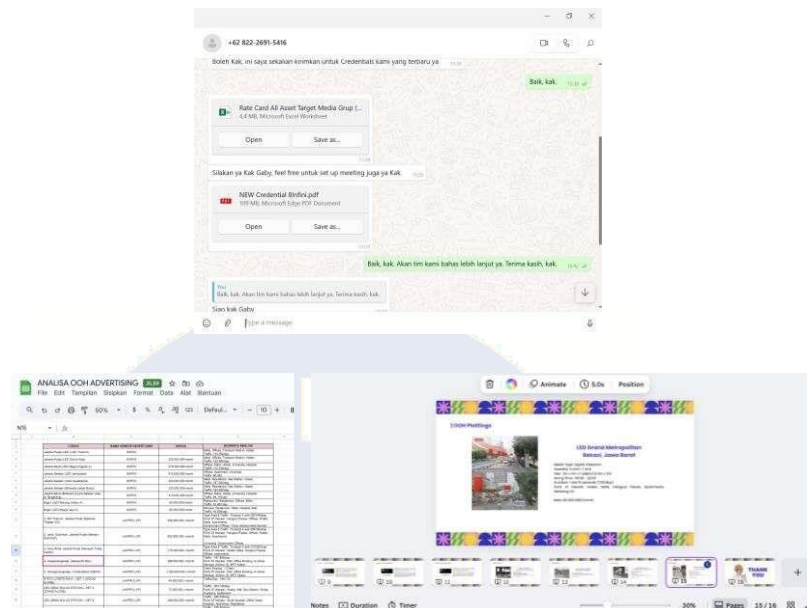
klien. Penulis turut terlibat dalam sesi *brainstorming* ide kreatif, penyusunan *proposal concept*, serta penyesuaian dengan strategi komunikasi yang ingin dicapai oleh klien. Selain itu, tahap ini juga mencerminkan penerapan konsep *Creative Communication Strategy*, yaitu bagaimana pesan merek dikemas melalui ide acara yang mampu menyentuh sisi emosional sekaligus rasional audiens. Penerapan ini menjadi implementasi langsung dari mata kuliah *Integrated Brand Campaign*, terutama dalam hal menggabungkan pesan merek dengan pengalaman audiens melalui aktivasi yang relevan, interaktif, dan berkesan.



	A	B	C	D	E	F	G	H
2	Jayki Cooking	500.000/pax Min. servis 3 jam	1 menu: 400K/pax 2 menu: 550K/pax					
3		30 pax lokasi di aula						
4		Exclude konsep, oven, dll						
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
31								
32								
33								
34								
35								
36								
37								
38								
39								
40								
41								
42								
43								
44								
45								
46								
47								
48								
49								
50								
51								
52								
53								
54								
55								
56								
57								
58								
59								
60								
61								
62								
63								
64								
65								
66								
67								
68								
69								
70								
71								
72								
73								
74								
75								
76								
77								
78								
79								
80								
81								
82								
83								
84								
85								
86								
87								
88								
89								
90								
91								
92								
93								
94								
95								
96								
97								
98								
99								
100								

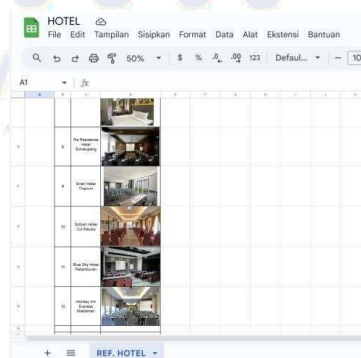
Gambar 3.2.1.2.1 List Vendor event Indomilk

Dalam tahap perencanaan teknis, penulis juga bertanggung jawab membuat *list vendor* untuk kegiatan *Cooking Class* bertajuk *The Beauty of Cooking*. Aktivitas ini mencakup komunikasi langsung dengan berbagai vendor untuk menanyakan *rate card*, ketersediaan peralatan, serta posisi strategis yang dapat menunjang kenyamanan peserta selama kegiatan berlangsung. Melalui komunikasi interpersonal dan negosiasi dengan vendor, penulis belajar bagaimana membangun hubungan profesional yang efektif sekaligus memahami pentingnya proses seleksi mitra kerja yang tepat dalam mendukung kesuksesan acara.



Gambar 3.2.1.2.2 Kontak dan List Advertising Media

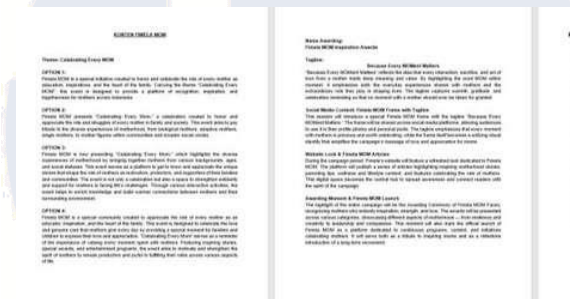
Selain itu, penulis juga melakukan riset dan menghubungi beberapa *advertising media* untuk memperoleh *rate card* promosi terkait event *KLBB 2026*. Tahapan ini diikuti dengan analisis terhadap beberapa media dan *advertising agency* untuk menentukan platform komunikasi yang paling tepat sasaran sesuai dengan audiens acara tersebut. Kegiatan ini menggambarkan penerapan teori *Uses and Gratifications*, di mana pemilihan media dilakukan secara strategis berdasarkan kebutuhan dan preferensi khalayak, sehingga pesan promosi dapat tersampaikan dengan efektif.



Gambar 3.2.1.2.3 List Hotel Jabodetabek untuk Event

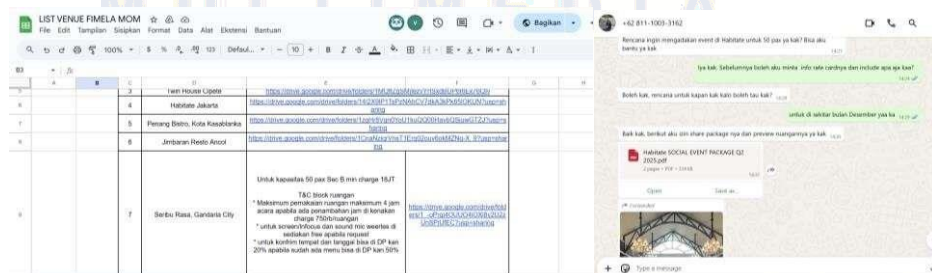


Penulis juga menyusun *list hotel* di wilayah Jabodetabek yang dinilai layak digunakan untuk kebutuhan *meeting* maupun pelaksanaan event mendatang. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan kriteria seperti lokasi yang mudah dijangkau, kapasitas ruangan, fasilitas pendukung, serta reputasi hotel. Aktivitas ini tidak hanya melatih kemampuan riset dan negosiasi, tetapi juga memperlihatkan bagaimana komunikasi organisasi berjalan dalam konteks koordinasi lintas pihak, baik internal maupun eksternal.



Gambar 3.2.1.2.4 Penyusunan konsep event Fimela MOM

Dalam proyek *Fimela MOM*, penulis turut berkontribusi dalam pengembangan konsep dan penyusunan *tagline* acara, serta merancang struktur isi acara yang mencakup berbagai sesi menarik. Penulis juga membantu menentukan kategori penghargaan yang akan diberikan kepada para peraih anugerah dalam event tersebut. Tahap ini menjadi penerapan teori *Brand Experience*, di mana setiap elemen acara dirancang agar audiens tidak hanya memahami pesan merek secara kognitif, tetapi juga merasakannya secara emosional melalui pengalaman yang disajikan.



Gambar 3.2.1.2.5 List Venue event Fimela MOM

### 3.2.1.3 Event Production

[illegible]

Salah satu kegiatan yang dilakukan penulis adalah menyusun *rundown* untuk *Event Parade Wastra Nusantara 2025*. Parade ini merupakan acara tahunan yang menampilkan dan merayakan kekayaan kain tradisional Indonesia (*wastra*) melalui berbagai kegiatan seperti

[illegible]

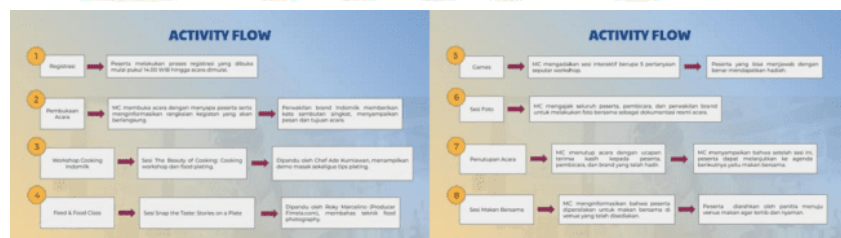
penulis juga turut menyusun *rundown* untuk Anugerah Perempuan Berprestasi 2025. Sebuah ajang penghargaan tahunan yang diselenggarakan oleh SCTV dan SCTV.com pada 16 Oktober 2025 di The Hall, SCTV City, Jakarta. Mengusung tema “Berdaya, Berdampak” ajang ini memberikan apresiasi kepada perempuan, institusi, dan korporasi yang berperan dalam menciptakan perubahan positif bagi bangsa. Proses penyusunan *rundown* dan persiapan meliputi urutan awarding, sesi sambutan, dan koordinasi teknis acara.

bagi bangsa. Proses penyusunan *rundown* dan memperhatikan urutan awarding, sesi sambutan, dan variasi acara.

NO	WAKTU	LOKASI	JENIS	AKTIVITAS	DESKRIPSI	PESERTA	ALIAS
1	14.00.00	15.00.00		OPEN REGISTRATION	PESERTA PROSES REGISTRASI DI KANTIN DAN LAJUT KE RUANG JAMPA DENGAN KARDUS INDOMILK	LOKOPING EVENT & TUC INDOMILK	PLAYBACK
2	15.00.00	15.30.00		WORKING CHEF	MEMERIKSA KUALITAS GORENGAN DAN KEMASAN INDOMILK	LOKOPING EVENT & TUC INDOMILK	MAC VICE
3	15.30.00	16.00.00		OPENING REMARKS BY GUEST	KATA PENGANTAR OLEH PEMERIKSAAN GUEST	LOKOPING EVENT & TUC INDOMILK	MAC NARSIAN
4	16.00.00	16.30.00		WORKSHOP COOKING INDOMILK	THE BEAUTY OF COOKING COOKING INDOMILK DAN KEMASAN INDOMILK	LOKOPING EVENT & TUC INDOMILK	LOKOPING EVENT & TUC INDOMILK
5	16.30.00	17.00.00		TASTE & FOOD CLASS	SIAPA THE TASTE INDOMILK DAN KEMASAN INDOMILK	LOKOPING EVENT & TUC INDOMILK	MAC NARSIAN
6	17.00.00	17.30.00		GALLERY GALLERY	1. PERFORMANSI GALLERY INDOMILK 2. PERFORMANSI KEMASAN INDOMILK	LOKOPING EVENT & TUC INDOMILK	MAC VICE
7	17.30.00	18.00.00		PHOTO SESSION	MAC INDOMILK PERFORMANSI KEMASAN INDOMILK	LOKOPING EVENT & TUC INDOMILK	MAC VICE
8	18.00.00	18.30.00		CLOSING REMARKS	PERFORMANSI KEMASAN INDOMILK	LOKOPING EVENT & TUC INDOMILK	MAC VICE

Gambar 3.2.1.3.3 Tugas Kerja Magang Penulis

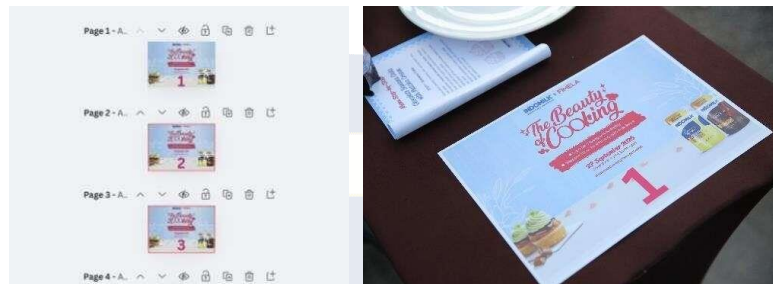
Selain itu, penulis juga menyusun *rundown* untuk *Event Fimela X Indomilk* yang bertajuk “The Beauty of Cooking.” Acara ini merupakan kolaborasi antara Fimela dan Indomilk yang diselenggarakan di Swiss-Belhotel Kuningan, menghadirkan Chef Ade Koerniawan dari MasterChef Indonesia. Kegiatan ini mencakup sesi memasak bersama dan pelatihan *food photography*, dengan tujuan memberikan pengalaman edukatif dan interaktif bagi para peserta. Dalam penyusunannya, penulis memastikan setiap sesi tersusun runtut dengan waktu yang proporsional, agar audiens mendapatkan pengalaman belajar yang nyaman dan menyenangkan. Proses ini menunjukkan penerapan komunikasi terencana yang sejalan dengan teori *Planned Communication*, di mana setiap elemen acara dirancang secara strategis untuk mendukung pesan utama dan pengalaman yang diinginkan oleh brand.



Gambar 3.2.1.3.4 Membuat Activity Flow untuk Event Brand Indomilk

Penulis juga membuat *Activity Flow* untuk event *Brand Indomilk*, berupa bagan visual yang menggambarkan urutan aktivitas dari awal hingga akhir acara. *Flowchart* ini berfungsi untuk memudahkan koordinasi

antar divisi dan memastikan tidak ada bagian acara yang terlewat. Dalam konteks komunikasi organisasi, pembuatan *activity flow* ini mencerminkan setiap elemen dalam sistem saling berhubungan satu sama lain agar event dapat berjalan dengan lebih efektif.



Gambar 3.2.1.3.5 Proses pembuatan table number

Sebagai bagian dari tahap persiapan, penulis juga bertugas membuat dan mengedit *table number* untuk event *Fimela X Indomilk*. *Table number* ini disesuaikan dengan konsep acara dan digunakan untuk melengkapi dekorasi meja peserta. Meskipun tampak sederhana, proses ini menuntut ketelitian serta kemampuan memahami detail estetika agar hasil akhir konsisten dengan tema acara secara visual. Kegiatan ini juga menunjukkan pentingnya *nonverbal communication* dalam penyampaian pesan visual melalui elemen desain yang merepresentasikan identitas acara.



Gambar 3.2.1.3.6 Pencatatan nama pemenang games selama event

Pada hari pelaksanaan *event Fimela X Indomilk*, penulis ikut membantu dalam berbagai kegiatan lapangan seperti menyiapkan area acara, memastikan kelancaran sesi games, hingga mencatat daftar pemenang dan mengumpulkan kontak mereka satu per satu. Aktivitas ini



memperlihatkan keterlibatan langsung dalam proses *event execution* dan penerapan komunikasi interpersonal yang efektif dengan peserta. Dalam konteks teori komunikasi, kegiatan ini mencerminkan penerapan *Human Relations Theory* dari Elton Mayo, yang menekankan pentingnya interaksi personal dan empati dalam menciptakan suasana kerja yang produktif dan kondusif selama pelaksanaan acara.

#### **3.2.1.4 Event selama proses magang**

##### **1) Event Parade Wastra Nusantara**



Gambar 3.2.1.4.1 Event Parade Wastra Nusantara

Dalam pelaksanaan Event Parade Wastra Nusantara, penulis berperan aktif dalam berbagai tahapan perencanaan hingga pelaksanaan acara. Parade Wastra Nusantara merupakan acara fashion parade berskala nasional yang bertujuan untuk menampilkan dan mempromosikan kekayaan kain tradisional Indonesia melalui kolaborasi dengan desainer, brand, sponsor, serta berbagai pemangku kepentingan di industri fashion dan budaya. Acara ini diselenggarakan selama tiga hari dengan konsep dan alur pertunjukan yang disesuaikan dengan rangkaian koleksi dan tema yang diangkat.

Pada tahap persiapan, penulis terlibat dalam penyusunan rundown acara untuk tiga hari, yang mencakup pengaturan alur acara, durasi setiap segmen, serta penyesuaian dengan kebutuhan teknis di lapangan. Selain itu, penulis juga menyusun cue card MC untuk tiga hari acara sebagai panduan bagi pembawa acara agar penyampaian informasi dan transisi antar segmen berjalan dengan lancar dan sesuai dengan konsep acara.



Selama proses produksi, penulis membantu koordinasi dengan talent dan MC, termasuk memastikan kesiapan jadwal, kebutuhan teknis, serta kelancaran komunikasi antara talent, MC, dan tim produksi. Penulis juga mengikuti briefing bersama show director untuk memahami konsep pertunjukan, pengaturan *blocking*, alur masuk dan keluar talent, serta penyesuaian teknis selama fashion parade berlangsung. Pada hari pelaksanaan, penulis menjalankan peran sebagai Liaison Officer (LO) MC, bertugas mendampingi MC, memastikan alur acara sesuai rundown, serta menjadi penghubung antara MC dan tim produksi.

Melalui keterlibatan tersebut, penulis memperoleh pengalaman praktis dalam pengelolaan event berskala nasional, khususnya dalam mengoordinasikan berbagai elemen produksi, talent, dan komunikasi teknis. Kegiatan ini memberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya perencanaan yang terstruktur, koordinasi tim, serta ketelitian dalam pelaksanaan event dengan elemen budaya yang kuat.

## 2) Event Fimela X Indomilk: The Beauty of Cooking



Gambar 3.2.1.4.2 Event Fimela X Indomilk

*Fimela x Indomilk: The Beauty of Cooking* merupakan sebuah acara kolaborasi antara brand Indomilk dan media lifestyle Fimela yang bertujuan untuk mengomunikasikan nilai merek Indomilk melalui pengalaman memasak yang inspiratif dan relevan dengan gaya hidup perempuan modern. Acara ini dirancang sebagai platform interaktif yang menggabungkan aktivitas memasak, edukasi, dan hiburan, sehingga pesan kampanye dapat tersampaikan secara lebih personal dan berkesan kepada audiens. Melalui pendekatan event sebagai media komunikasi merek,

kolaborasi ini berupaya membangun keterlibatan audiens sekaligus memperkuat citra Indomilk sebagai brand yang dekat dengan aktivitas keseharian keluarga.

Dalam pelaksanaan acara tersebut, penulis terlibat sejak tahap pra-produksi dengan membantu penyusunan *activity flow* dan *rundown* acara untuk memastikan alur kegiatan berjalan terstruktur dan sesuai dengan konsep kampanye. Penulis juga berkoordinasi dengan *creative team* dalam menyiapkan kebutuhan visual pendukung, termasuk pembuatan desain *table number* yang disesuaikan dengan identitas visual Indomilk, serta mengawasi proses teknis pencetakan agar hasil sesuai dengan standar yang ditetapkan. Selain itu, penulis turut menyusun *cue card* untuk MC sebagai panduan narasi acara, mulai dari penulisan konten hingga proses pemotongan dan pencetakan, guna mendukung kelancaran penyampaian informasi selama acara berlangsung.

Pada hari pelaksanaan, penulis berperan dalam membantu monitoring jalannya acara serta melakukan *briefing* kepada MC terkait alur acara, penekanan pesan kampanye, dan penyesuaian teknis di lapangan. Penulis juga mendampingi *show director* dalam aspek *time keeping* untuk memastikan setiap segmen acara berjalan sesuai dengan *rundown* yang telah disusun. Keterlibatan ini memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai proses kolaborasi antara brand komersial dan media lifestyle dalam mengelola event sebagai bagian dari kampanye merek yang terintegrasi.

### 3) Event Anugerah Liputan6



Gambar 3.2.1.4.3 Event Anugerah Liputan6

Anugerah Liputan6 merupakan ajang penghargaan tahunan yang diselenggarakan oleh Liputan6 sebagai bentuk apresiasi kepada individu, komunitas, dan lembaga yang dinilai memberikan kontribusi positif serta inspiratif bagi masyarakat Indonesia. Acara ini dirancang dengan konsep formal dan berskala besar, serta melibatkan berbagai pemangku kepentingan, mulai dari tokoh publik, institusi, hingga media, sehingga pelaksanaannya menuntut perencanaan yang matang, koordinasi lintas tim yang solid, serta ketepatan dalam setiap aspek teknis dan nonteknis acara.

Dalam pelaksanaan acara tersebut, penulis terlibat dalam tahap persiapan dengan membantu penyusunan *rundown* acara secara detail serta pengaturan alur panggung agar setiap segmen penghargaan dapat berjalan tertib dan sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan. Penulis juga berperan dalam proses penyuntingan *cue card* dengan menyesuaikan nama penerima penghargaan, urutan penyerahan, serta informasi pendukung lainnya, sehingga MC dapat menyampaikan rangkaian acara secara akurat dan profesional. Keterlibatan ini menuntut tingkat ketelitian yang tinggi mengingat karakter acara yang formal dan minim toleransi terhadap kesalahan informasi.

Pada hari pelaksanaan, penulis melakukan *stand by* di area *front of house* (FOH) untuk mendukung proses teknis pengambilan video yang akan digunakan sebagai materi tayangan di kemudian hari. Peran ini mencakup pemantauan jalannya acara dari sisi audiens, koordinasi dengan tim dokumentasi, serta memastikan momen-momen penting dalam acara dapat terekam dengan baik. Melalui keterlibatan tersebut, penulis memperoleh pemahaman mengenai pentingnya manajemen waktu, presisi informasi, dan kesiapan teknis dalam penyelenggaraan acara penghargaan berskala besar yang bersifat formal dan terstruktur.

#### 4) Event Pertamina Hulu Energi



Gambar 3.2.1.4.4 Event Pertamina Hulu Energy (PHE)

Pertamina Hulu Energi (PHE) *Goes to Campus* merupakan rangkaian program *roadshow* yang diselenggarakan oleh Pertamina Hulu Energi sebagai upaya untuk melahirkan generasi muda penggerak perubahan di sektor energi hulu Indonesia. Program ini dilaksanakan di empat perguruan tinggi di wilayah Jabodetabek, yaitu Universitas Indonesia, Universitas Pertamina, Universitas Trisakti, dan IPB University, dengan tujuan memberikan ruang bagi mahasiswa untuk belajar, terlibat, dan berkontribusi dalam memahami dinamika industri energi hulu. Mengusung semangat “*Upstream Force*”, PHE Goes to Campus mendorong mahasiswa untuk menjadi bagian dari transformasi energi melalui pemahaman industri, penguatan wawasan, serta pengembangan inovasi yang berdampak bagi masa depan ketahanan energi nasional. Rangkaian kegiatan ini mencapai puncaknya bertepatan dengan peringatan Hari Sumpah Pemuda, yang menjadi simbol komitmen generasi muda dalam pembangunan sektor energi Indonesia.

Sebagai kelanjutan dari program *Talent Scouting*, Pertamina Hulu Energi juga menyelenggarakan *Youth Camp PHE*, yang diikuti oleh delapan finalis terpilih, masing-masing dua perwakilan dari setiap kampus yang berpartisipasi. Kegiatan yang berlangsung selama tiga hari dua malam ini dirancang sebagai wadah pembelajaran, inspirasi, dan kolaborasi antara generasi muda dengan PHE melalui sesi mentoring intensif, diskusi strategis, serta presentasi karya lomba publikasi yang dinilai langsung oleh mentor dan dewan juri. Penulis terlibat dalam

pengembangan *rundown* untuk seluruh rangkaian acara, termasuk sesi mentoring, presentasi finalis, hingga agenda puncak berupa penganugerahan penghargaan bagi peserta terbaik. Selain itu, penulis juga menyusun *cue card* sebagai panduan narasi bagi MC agar alur acara berjalan terstruktur dan selaras dengan pesan utama kampanye.

Pada tahap pelaksanaan, penulis turut terlibat dalam proses *briefing* MC serta mendampingi *show director* untuk memastikan kelancaran alur acara dan ketepatan waktu setiap segmen. Penulis juga bertugas menjaga area registrasi peserta mahasiswa selama event berlangsung, memastikan proses kedatangan dan pendataan peserta berjalan tertib, serta membagikan *goodie bag* kepada peserta setelah acara selesai. Keterlibatan dalam berbagai aspek teknis dan operasional tersebut memberikan pengalaman langsung kepada penulis mengenai pengelolaan acara berskala nasional yang melibatkan banyak pemangku kepentingan, sekaligus memperdalam pemahaman mengenai peran event sebagai sarana komunikasi strategis dalam kampanye korporat.

#### **3.2.1.5 Event Report/Evaluation**

Menurut Brown, Getz, Pettersson, dan Wallstam (2015), *event evaluation* merupakan proses penilaian yang dilakukan secara sistematis dan holistik terhadap sebuah acara dengan menggunakan berbagai ukuran untuk menentukan nilai, kinerja, serta dampaknya dalam konteks yang telah ditetapkan. Berdasarkan konsep tersebut, evaluasi acara tidak hanya berfungsi sebagai tahap akhir pelaksanaan, tetapi juga sebagai sarana untuk mendokumentasikan hasil kegiatan serta mengukur efektivitas event sebagai bagian dari strategi komunikasi merek.



Setelah setiap rangkaian acara selesai dilaksanakan, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam menyusun *event report* yang disajikan dalam bentuk *deck* presentasi (*PowerPoint*). *Event report* tersebut disusun secara terstruktur dengan mencakup ringkasan pelaksanaan acara, tujuan kegiatan, target audiens, serta capaian utama yang diperoleh. Penulis merangkum data terkait jumlah peserta, karakteristik audiens, dan ketercapaian *key performance indicators* (KPI) yang telah ditetapkan, seperti tingkat kehadiran peserta, kelancaran alur acara sesuai *rundown*, serta efektivitas penyampaian pesan kampanye kepada audiens.

Selain penyajian data dan analisis, penulis juga bertanggung jawab dalam menyusun bagian *brand coverage* sebagai komponen penting dalam *event report*. Penulis mengumpulkan dokumentasi visual dari tim fotografer, melakukan proses pemilahan dan seleksi foto berdasarkan relevansi dengan pesan kampanye dan identitas merek, serta menyesuaikan visual dengan format dan alur presentasi. Foto-foto terpilih kemudian diolah ke dalam *deck* presentasi agar mampu merepresentasikan suasana acara, keterlibatan audiens, serta eksposur merek secara optimal. Melalui proses ini, penulis memperoleh pemahaman mengenai pentingnya penyajian data dan visual yang terstruktur dalam menyampaikan hasil evaluasi event secara profesional dan komunikatif kepada klien maupun pihak internal.

### **3.2.2 Kendala yang Ditemukan**

Selama menjalani program magang sebagai Event & Strategic Intern di PT KapanLagi Youniverse, penulis menghadapi beberapa kendala yang muncul selama proses perencanaan hingga pelaksanaan event. Kendala tersebut tidak hanya berkaitan dengan teknis pekerjaan, tetapi juga dengan kesiapan akademik yang memengaruhi proses adaptasi penulis di lingkungan industri.



**1. Keterbatasan pemahaman konseptual terkait event management karena belum mengambil mata kuliah *Special Event***

Salah satu kendala utama yang dihadapi penulis adalah belum sempat mengambil mata kuliah *Special Event* di bangku perkuliahan akibat keterbatasan kuota kelas. Akibatnya, pemahaman awal penulis lebih banyak didasarkan pada mata kuliah *Integrated Brand Campaign (IBC)* yang menitikberatkan pada strategi komunikasi dan konsistensi pesan merek. Dalam praktik magang, penulis menemukan bahwa penyelenggaraan event menuntut pemahaman teknis yang lebih spesifik, seperti pengelolaan alur acara, koordinasi produksi, serta kesiapan menghadapi perubahan teknis di lapangan, yang belum sepenuhnya diperoleh dari perkuliahan.

**2. Kompleksitas koordinasi dengan berbagai pihak internal dan eksternal**

Penyelenggaraan event di PT KapanLagi Youniverse melibatkan banyak pihak, mulai dari tim internal lintas divisi hingga pihak eksternal seperti talent, MC, vendor, serta brand atau sponsor. Perubahan informasi yang kerap terjadi secara mendadak menuntut penulis untuk beradaptasi dengan cepat dan menjaga kejelasan komunikasi agar pelaksanaan acara tetap berjalan sesuai rencana.

**3. Keterbatasan waktu dalam menangani beberapa tugas secara bersamaan**

Penulis juga menghadapi tantangan dalam mengatur waktu ketika harus menyelesaikan berbagai pekerjaan secara paralel, baik pekerjaan administratif seperti penyusunan rundown dan cue card, maupun keterlibatan langsung dalam kegiatan lapangan. Kondisi ini menuntut kemampuan manajemen waktu dan penentuan prioritas kerja yang efektif.

### 3.2.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, penulis menerapkan sejumlah solusi yang diperoleh melalui pengalaman langsung di lapangan serta bimbingan dari supervisor dan tim.

#### 1. Belajar langsung penerapan konsep *Special Event* melalui praktik dan bimbingan tim

Untuk mengatasi keterbatasan pemahaman akibat belum mengambil mata kuliah *Special Event*, penulis secara aktif mempelajari alur kerja event melalui keterlibatan langsung dalam proses perencanaan, produksi, dan evaluasi acara. Penulis juga memanfaatkan arahan dari supervisor dan rekan tim sebagai sarana pembelajaran praktis, sehingga konsep event management dapat dipahami secara aplikatif dan disesuaikan dengan kebutuhan industri.

#### 2. Meningkatkan efektivitas komunikasi dan koordinasi

Dalam menghadapi kompleksitas koordinasi, penulis membiasakan diri untuk mencatat setiap hasil rapat dan pembaruan informasi secara tertulis serta melakukan konfirmasi ulang kepada pihak terkait. Pendekatan ini membantu meminimalkan miskomunikasi dan memastikan seluruh pihak memiliki pemahaman yang sama sebelum pelaksanaan acara.

#### 3. Menerapkan manajemen waktu dan prioritas kerja yang lebih terstruktur

Untuk mengatasi keterbatasan waktu, penulis menyusun daftar prioritas pekerjaan harian dan berkoordinasi dengan supervisor untuk menentukan fokus kerja. Penulis juga memanfaatkan waktu jeda selama kegiatan lapangan untuk menyelesaikan pekerjaan administratif ringan agar seluruh tugas dapat diselesaikan secara efektif.