

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Selama pelaksanaan magang di PT Computrade Technology International, penulis memperoleh penempatan pada divisi *Strategic Management*. Divisi ini beranggotakan tujuh orang yang terdiri atas *President Director*, kemudian *Manager Strategic Management* yang sekaligus berperan sebagai *supervisor* penulis, dua orang *staff* tetap, serta tiga orang *intern* yang termasuk penulis. Divisi *Strategic Management* memiliki tanggung jawab dalam mengelola empat proyek utama, yaitu Indonesia Cloud Community (iCCom), Alpha Momentum, Synergy, dan *Business Development*. Setiap proyek berjalan secara independen dengan prosedur kerja serta sasaran yang berbeda antara satu dengan yang lain.

Dalam program magang ini, penulis difokuskan untuk terlibat pada pengelolaan proyek Indonesia Cloud Community (iCCom), khususnya dalam pengelolaan *event* komunitas iCCom. Pada pelaksanaannya, penulis menjadi bagian dari tim yang terdiri atas manager divisi *Strategic Management*, seorang *staff* tetap, serta satu orang *intern* lain yang ditugaskan secara khusus menangani pengelolaan media sosial iCCom. Keterlibatan langsung penulis dalam proyek Indonesia Cloud Community (iCCom) tersebut, menjadikan penulis paling sering berkomunikasi dengan seorang *staff* tetap dan anggota tim yang terlibat di proyek ini. Tugas harian diberikan oleh *staff* tetap yang mengelola iCCom kepada penulis, sementara pengawasan secara keseluruhan tetap berada di bawah tanggung jawab *Manager Strategic Management*.

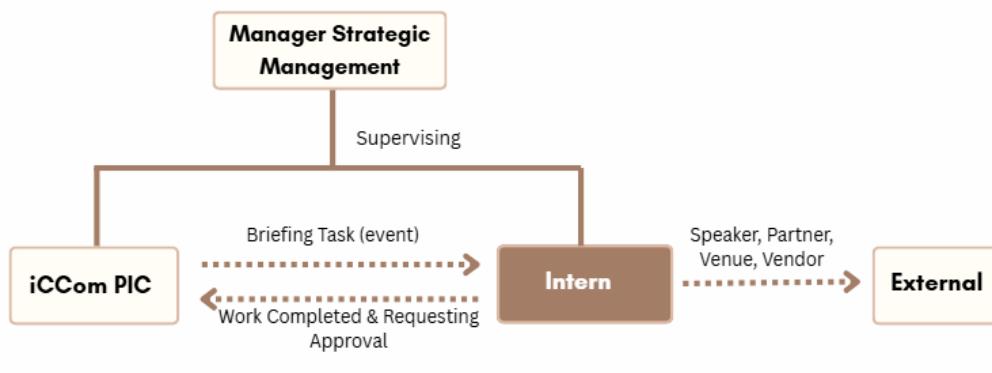
Proses komunikasi tim dalam divisi *Strategic Management* didukung melalui *platform* Microsoft Teams dan WhatsApp. Kedua *platform* ini digunakan untuk koordinasi rutin maupun pemantauan progres kegiatan. Selain komunikasi harian, penulis juga mengikuti sejumlah agenda terjadwal, seperti rapat mingguan bersama *staff* tetap pengelola iCCom untuk membahas tugas pekerjaan yang harus diselesaikan, *checkpoint* mingguan bersama seluruh tim iCCom, serta *biweekly*

yang dilaksanakan dua minggu sekali dan melibatkan seluruh anggota divisi *Strategic Management*.

Di samping koordinasi internal, penulis juga berinteraksi dengan divisi lain, yaitu *Corporate People Development*. Kolaborasi tersebut terutama dilakukan dalam rangka penyelenggaraan kegiatan eksternal, misalnya *campus visit* dan *company visit* yang mengikutsertakan iCCCom sebagai bagian dari agenda perusahaan.

### 3.1.1 Alur Kerja Magang

Berikut merupakan alur kerja magang yang dijalankan oleh penulis selama masa magang di PT Computrade Technology International sebagai *Event Marketing Intern*.



Gambar 3. 1 Alur Kerja Penulis

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Selama menjalani magang, penulis difokuskan pada pengelolaan *event* dalam proyek Indonesia Cloud Community (iCCCom). Alur kerja biasanya dimulai ketika *Manager Strategic Management* memberikan masukan atau arahan. Kemudian, arahan tersebut akan diproses terlebih dahulu oleh *staff* tetap iCCCom untuk disesuaikan dengan kebutuhan proyek. Setelah itu, *staff* tetap tersebut akan menyampaikannya kembali kepada penulis dalam bentuk *briefing* tugas, misalnya terkait tema kegiatan, jadwal pelaksanaan, maupun tujuan yang ingin dicapai.

Setelah mendapatkan *briefing*, penulis mulai menyiapkan berbagai kebutuhan acara dari awal hingga akhir. Tahapan yang dikerjakan meliputi penyusunan daftar calon pembicara, perancangan *outline* topik, pembuatan *rundown* acara, serta penyusunan daftar pertanyaan untuk forum diskusi apabila diperlukan. Penulis juga menyiapkan materi presentasi, publikasi acara, *cue card*, dan dokumen teknis lain yang dibutuhkan.

Setiap progres pekerjaan dilaporkan terlebih dahulu kepada *staff* tetap pengelola iCCCom tersebut untuk di-review. Apabila sudah disetujui, penulis akan melaporkan hasilnya kepada *Manager Strategic Management* selaku *supervisor*, biasanya pada sesi *checkpoint* mingguan. Dengan demikian, setiap tahap pekerjaan dapat dipantau dan dievaluasi secara berjenjang.

Selain itu, penulis juga melakukan koordinasi dengan pihak eksternal sesuai kebutuhan acara. Jika kegiatan diselenggarakan secara luring, penulis menghubungi pihak penyedia tempat (*venue*). Apabila acara melibatkan mitra, penulis turut berkomunikasi dengan *partner* terkait. Setelah acara terlaksana, penulis kembali menyampaikan laporan hasil kegiatan kepada *Manager Strategic Management* untuk mendapatkan evaluasi serta masukan perbaikan bagi kegiatan berikutnya.

Dengan mekanisme tersebut, alur kerja magang berlangsung secara sistematis, mulai dari masukan manajerial, *briefing* tugas dari *staff* tetap iCCCom ke penulis, persiapan teknis oleh penulis, proses *review* dan persetujuan, hingga pelaporan hasil akhir kegiatan kepada *supervisor*.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama periode magang dengan total durasi kerja lebih dari 640 jam, penulis memperoleh tanggung jawab utama dalam mendukung jalannya proyek Indonesia Cloud Community (iCCCom) yang berada di bawah koordinasi divisi Strategic Management PT Computrade Technology International. Fokus keterlibatan penulis kali ini lebih diarahkan pada pengelolaan kegiatan komunitas, khususnya dalam

penyelenggaraan *event* yang mencakup keseluruhan proses mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi.

Kegiatan magang yang dijalankan menuntut penulis untuk memahami alur kerja secara menyeluruh serta beradaptasi dengan dinamika tim dan kebutuhan proyek. Dalam praktiknya, penulis tidak hanya bertugas menyusun dokumen dan materi pendukung acara, tetapi juga melakukan koordinasi lintas pihak, baik dengan tim internal, narasumber, mitra, maupun *vendor* eksternal. Dengan demikian, keterlibatan ini memberikan pengalaman langsung dalam mengelola *event* secara *end-to-end*, mulai dari pengembangan konsep acara, persiapan teknis, publikasi, hingga pelaporan hasil kegiatan

Berdasarkan teori manajemen acara yang dikemukakan oleh Getz (dalam Dewi et al., 2022), proses penyelenggaraan acara umumnya dibagi menjadi tiga tahap utama, yaitu *pre-event*, *during event*, dan *post-event*. Ketiga tahap ini menggambarkan alur kegiatan yang berlangsung secara sistematis, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi setelah acara.

**Tabel 3.1** Masa Tugas Kerja Magang

Jenis Pekerjaan	Juli		Agustus				September				Oktober				November			
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Pre-Event</i>																		
<i>Event</i>																		
<i>Post-event</i>																		

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Sejalan dengan konsep tersebut, selama periode 14 Juli hingga 4 November, penulis berperan aktif dalam pengelolaan *event* untuk komunitas Indonesia Cloud Community (iCCCom). Dalam kegiatan magang ini, penulis terlibat secara menyeluruh dalam proses penyelenggaraan *event* komunitas, mulai dari tahap persiapan (*pre-event*), pelaksanaan, hingga tindak lanjut setelah acara (*post-event*). Rincian kegiatan pada setiap tahap tersebut dijelaskan lebih lanjut pada tabel berikut.

**Tabel 3.2 Job Description**

<i>Pre-event</i>	Menentukan tema kegiatan, menyusun <i>outline</i> materi untuk pembicara, berkoordinasi dengan <i>speaker</i> , koordinasi dengan mitra, koordinasi dengan pihak <i>venue</i> , membuat <i>Terms of Reference</i> (ToR), menyusun <i>rundown</i> acara dan <i>cue card</i> , menyiapkan proposal <i>sponsorship</i> , menyusun materi FGD, mencari media <i>partner</i> , membeli <i>merchandise event</i> , menyusun <i>draft</i> publikasi, <i>blast email</i> , menyiapkan materi presentasi, menyusun <i>feedback form</i> , merapikan PowerPoint <i>speaker</i> , serta menyiapkan kebutuhan teknis lainnya.
<i>Event</i>	Memastikan kesiapan teknis dan logistik acara, membantu registrasi peserta. Membantu mendokumentasikan kegiatan, mendukung mobilisasi jalannya acara sesuai <i>rundown</i> .
<i>Post-event</i>	Mengelola <i>database</i> peserta, melaporkan hasil kegiatan, melihat masukan dari peserta.

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Pada tahap *pre-event*, penulis melakukan berbagai persiapan, seperti penentuan tema kegiatan, penyusunan *outline* materi untuk pembicara, *Terms of Reference* (ToR), penyusunan *rundown* acara, pembuatan *cue card*, serta koordinasi dengan pembicara, mitra, maupun pihak penyedia *venue*. Selain itu, penulis juga terlibat dalam pembuatan *draft* publikasi *event*, pengelolaan *blast email*, serta penyusunan materi presentasi dan kebutuhan teknis lainnya.

Saat hari pelaksanaan (*event on D-Day*), penulis bertugas memastikan kesiapan teknis dan logistik acara, membantu registrasi peserta, mendokumentasikan kegiatan, serta mendukung mobilisasi jalannya acara sesuai dengan *rundown* yang telah disusun.

Setelah acara berakhir (*post-event*), penulis berkontribusi dalam pengelolaan *database* peserta, serta melaporkan hasil dan informasi kegiatan kepada *Manager Strategic Management* selaku *supervisor* pada sesi *checkpoint*.

Melalui program magang di PT Computrade Technology International, penulis berkesempatan menjalani sejumlah pekerjaan yang relevan dengan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan. Setiap tugas yang dikerjakan memberikan pengalaman praktis serta gambaran nyata mengenai dinamika dunia kerja. Rincian kegiatan dan tanggung jawab yang dilaksanakan selama periode magang dapat diuraikan sebagai berikut.

### **3.2.1 Event Management**

Dalam pendekatan *community-based marketing*, komunitas dipandang sebagai hubungan antarindividu yang terjalin karena adanya kesamaan nilai, norma, minat, serta kebutuhan tertentu. Israel et al. dalam Firman (2021) menjelaskan bahwa komunitas terbentuk melalui interaksi sosial yang memungkinkan individu saling bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama. Hubungan tersebut tidak hanya mencerminkan keberadaan kelompok secara sosial, tetapi juga menunjukkan adanya proses kolektif yang berorientasi pada pemberdayaan (Tengland dalam Firman, 2021). Oleh karena itu, komunitas dapat dipahami sebagai kumpulan individu yang memiliki kemauan untuk terlibat dalam suatu kegiatan, dengan tingkat partisipasi yang dapat berbeda pada setiap anggotanya.

Partisipasi anggota merupakan aspek penting dalam penerapan *community-based marketing*. Hal ini dikarenakan keterlibatan komunitas memungkinkan terciptanya hubungan yang berkelanjutan antara penyelenggara dan anggota. Maulina dalam Firman (2021) menyatakan bahwa partisipasi komunitas berperan dalam mengidentifikasi kebutuhan anggota, membangun kepercayaan terhadap

program yang dijalankan, serta menumbuhkan rasa memiliki terhadap kegiatan yang diselenggarakan. Dalam hal ini, penyelenggaraan *event* menjadi salah satu sarana strategis untuk mendorong keterlibatan anggota melalui interaksi langsung dan kegiatan berbagi pengetahuan. Atas dasar tersebut, Indonesia Cloud Community (iCCom) secara konsisten menyelenggarakan berbagai *event* sebagai bagian dari penerapan *community-based marketing* guna menjaga keterlibatan anggota sekaligus mendukung pencapaian tujuan komunitas. Oleh karena itu, pemahaman mengenai konsep event menjadi penting dalam pembahasan ini.

Menurut Allen dalam Tafarannisa et al. (2021), *event* merupakan suatu ritual istimewa, pertunjukan, penampilan, atau perayaan yang direncanakan secara khusus untuk mencapai tujuan sosial, budaya, ataupun tujuan bersama. Sementara itu, Getz dalam Wirata (2018) mengemukakan bahwa bagi peserta, *event* merupakan kesempatan untuk memperoleh pengalaman rekreasi, sosial, atau budaya di luar rutinitas dan pilihan kegiatan sehari-hari.

Menurut Bowdin et al. (2023), *event* diklasifikasikan menjadi empat kategori utama berdasarkan skala dan dampaknya, yaitu *local/community events*, *major events*, *hallmark events*, dan *mega events*. *Local atau community events* merupakan kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas tertentu untuk mempererat hubungan sosial, meningkatkan partisipasi, serta memberikan manfaat bagi anggotanya. *Major events* menarik perhatian nasional maupun internasional dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan. *Hallmark events* menjadi identitas khas suatu daerah dan memperkuat citra destinasi, sedangkan *mega events* berskala global dengan dampak luas terhadap ekonomi, media, dan reputasi negara tuan rumah.

Getz dalam Cudny (2021) membagi *planned events* atau acara yang direncanakan berdasarkan temanya ke dalam beberapa kategori. Kategori tersebut meliputi perayaan budaya yang mencakup festival, karnaval, peringatan, dan acara keagamaan; acara politik dan kenegaraan seperti pertemuan puncak, acara kerajaan, dan kunjungan pejabat penting; acara seni dan hiburan seperti konser dan upacara penghargaan; acara bisnis dan perdagangan yang mencakup rapat, konvensi,

pameran dagang, serta pasar; acara pendidikan dan ilmiah seperti konferensi, seminar, dan klinik; kompetisi olahraga baik yang bersifat profesional maupun amatir serta melibatkan penonton atau peserta; acara rekreasi yang berfokus pada olahraga atau permainan untuk hiburan; dan acara pribadi seperti pernikahan, pesta, dan pertemuan sosial.

Berdasarkan penggolongan tersebut, kegiatan yang diselenggarakan oleh Indonesia Cloud Community (iCCom) tergolong ke dalam *local/community event*, karena dilaksanakan dalam lingkup komunitas dengan jumlah peserta terbatas serta berfokus pada pengembangan pengetahuan, bukan kepentingan komersial. Dari sisi temanya, *event-event* yang diadakan iCCom termasuk dalam kategori acara pendidikan dan ilmiah, karena berorientasi pada kegiatan berbagi ilmu, pelatihan teknis, serta diskusi mengenai perkembangan teknologi *cloud computing*.

Sebagai komunitas *non-profit* yang berfokus pada pengembangan ekosistem *cloud* di Indonesia, iCCom secara konsisten menjadi wadah bagi mahasiswa dan profesional untuk belajar, berjejaring, dan bertukar pengalaman di bidang teknologi informasi. Untuk mencapai tujuan tersebut, iCCom secara rutin menyelenggarakan berbagai program seperti iC-Talk yang merupakan *webinar*, iC-MeetHub sebuah *sharing session offline* di sebuah cafe, iC-Connect yang merupakan seminar kolaboratif bersama mitra industri, iC-Class yang merupakan *workshop*, serta kegiatan tambahan seperti *company visit* atau *guest lecture* (iCCom, 2025).

Sebagai komunitas yang aktif, Indonesia Cloud Community (iCCom) memiliki frekuensi kegiatan yang cukup tinggi. Oleh karena itu, dibutuhkan penerapan *event management* yang baik agar setiap kegiatan dapat berjalan efektif dan memberikan pengalaman yang berkesan bagi peserta. Menurut Atyra dan Adawiyah (2024), *event management* merupakan proses perencanaan sistematis, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi berbagai acara untuk mencapai tujuan tertentu. Penerapan konsep ini penting bagi iCCom untuk memastikan setiap program terlaksana dengan optimal dan konsisten.

Dalam konteks *event management*, *event marketing* merupakan salah satu fungsi yang berfokus pada bagaimana sebuah acara dapat menjadi sarana promosi dan komunikasi yang efektif. Cudny (2021) menjelaskan bahwa *event marketing* termasuk dalam kegiatan pemasaran dan dalam konteks bisnis dapat dipahami sebagai proses menciptakan acara untuk memasarkan merek atau berpartisipasi sebagai sponsor dalam acara yang diselenggarakan oleh pihak lain, seperti festival, tur merek, atau konser. Dengan demikian, *event marketing* dapat dipandang sebagai bagian penting dari *event management* karena membantu menghubungkan pelaksanaan acara dengan tujuan pemasaran yang ingin dicapai.

Lebih lanjut, menurut Neus (2020), *event marketing* merupakan strategi yang memungkinkan merek berinteraksi secara langsung dengan audiens untuk menciptakan pengalaman yang merefleksikan pesan merek. Selain itu, *event marketing* juga mendorong keterlibatan sosial antara audiens dan penyelenggara. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga menjadi cara untuk memperkuat hubungan emosional dengan audiens serta membangun citra positif terhadap merek.

Strategi *event marketing* ini juga diterapkan oleh Indonesia Cloud Community (iCCCom). Sebagai komunitas *non-profit* yang berfokus pada pengembangan ekosistem *cloud* di Indonesia, iCCCom secara rutin menyelenggarakan berbagai program utamanya. Dalam satu bulan, iCCCom dapat mengadakan hingga lima kegiatan, baik secara daring maupun luring, yang ditujukan untuk mahasiswa dan profesional di bidang teknologi informasi.

*Event* yang rutin diadakan tersebut merupakan wujud nyata dari tujuan iCCCom untuk menjadi wadah belajar bagi para anggotanya. Selain untuk meningkatkan keterlibatan para member komunitasnya, *event-event* ini juga menjadi sarana promosi yang efektif untuk iCCCom agar semakin dikenal oleh masyarakat luas melalui konsistensi penyelenggaraan *event-eventnya*.

Selama masa magang, penulis ditugaskan untuk mengelola *event-event* rutin iCCCom tersebut. Dalam pelaksanaannya, penulis terlibat secara *end-to-end*, mulai

dari tahap perencanaan, koordinasi, hingga evaluasi kegiatan. Adapun daftar *event* yang diikuti penulis selama masa magang dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3.3 Event iCCom yang Dilaksanakan Penulis**

Nama Program	Metode Pelaksanaan	Aktivitas	Audiens	Frekuensi Keterlibatan Pemagang
<b>Program iCCom</b>				
Kegiatan iC-Talk	<i>Online</i>	Seminar <i>online</i> ( <i>webinar</i> ) berformat interaktif.	Mahasiswa (utama), Profesional	3
Kegiatan iC-MeetHub	<i>Offline</i>	<i>Sharing session</i> non-formal untuk anggota iCCom.	Profesional	4
Kegiatan iC-Connect	<i>Offline</i>	Seminar yang diselenggarakan iCCom bersama dengan partner industri.	Mahasiswa atau profesional, atau komunitas	1
Kegiatan iC-Class	<i>Online/Offline</i>	<i>Workshop</i> teknis berbasis praktik ( <i>hands-on</i> ).	Mahasiswa dan Profesional	1
<b>Program Tambahan/Kolaborasi dengan Corporate People Development</b>				
Kegiatan Company Visit	<i>Offline</i>	Kunjungan dari universitas atau mitra ke perusahaan, yang biasanya diisi dengan kegiatan seminar serta sesi diskusi kelompok terarah (FGD).	Mahasiswa	13
Kegiatan Guest Lecture	<i>Online/Offline</i>	Kunjungan ke universitas dengan tujuan memberikan materi pembelajaran.	Mahasiswa	4

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Penulis dipercaya untuk mengelola dan menjadi PIC dalam penyelenggaraan total sembilan *event* iCCom, dan membantu pelaksanaan 17 *event* tambahan. Kegiatan tersebut meliputi tiga iC-Talk, empat iC-MeetHub, satu iC-Connect, satu iC-Class, tiga belas *company visit* dan empat *guest lecture*.

Sedangkan untuk *company visit*, tugas penulis hanya bersifat *supporting* karena *company visit* tersebut dikelola oleh divisi lain.

Dalam melaksanakan *event* yang efektif, dibutuhkan pengelolaan acara atau *event management* yang baik agar *event* dapat berjalan sesuai tujuan dan memberikan pengalaman positif bagi audiens. Menurut Goldblatt dalam Tafarannisa et al. (2021), manajemen *event* merupakan kegiatan profesional yang melibatkan pengumpulan dan pertemuan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, maupun reuni. Lebih lanjut, Goldblatt dalam Tafarannisa et al. (2021) mengemukakan bahwa proses pembuatan suatu *event* terdiri atas lima tahap, yaitu *research, design, planning, coordination, dan evaluation*. Kelima tahap ini membantu penyelenggara dalam merancang, menjalankan, dan menilai keberhasilan suatu *event* secara sistematis.

Dalam pelaksanaannya, tahapan yang dilakukan penulis dalam mengelola setiap *event* iCCCom pada dasarnya memiliki pola yang serupa. Penulis terlibat sejak tahap awal *research* hingga evaluasi. Sebelum memulai tahapan tersebut, biasanya PIC akan memberikan informasi atau *brief* terkait jenis *event*, *budget*, dan *target audience* yang diinginkan kepada penulis. Jenis *event* yang dimaksud, misalnya iC-Talk, iC-MeetHub, atau iC-Connect. Setelah arahan tersebut diberikan, barulah penulis memulai proses pengelolaan *event* berdasarkan tahapan yang telah ditetapkan. Berikut penjelasan penerapan masing-masing tahap yang dilakukan penulis.

## **1. Tahap *Research***

*Research* merupakan tahap awal untuk mengidentifikasi kebutuhan, minat, dan karakteristik audiens agar *event* yang dirancang tepat sasaran. Pada tahap ini, penulis melakukan riset mengenai hal, *trend*, fenomena, atau topik apa yang sedang diminati atau terjadi di dunia IT, khususnya *cloud*. Penulis biasanya akan melakukan riset melalui portal berita di internet. Selain itu, penulis juga akan berdiskusi dengan PIC iCCCom yang memang lebih paham akan dunia IT. Biasanya, penulis dan PIC juga akan bertanya

kepada para *core member* iCCom untuk mendapatkan jawaban mengenai apa yang sedang mereka minati.

## 2. Tahap *Design*

Tahap *design* berfokus pada pengembangan konsep dan pesan-nilai yang ingin dituju dari *event* tersebut. Setelah melakukan *research*, penulis akan membuat beberapa *list* tema atau topik acara yang sesuai dengan hasil *research* tersebut. *List* tema/topik tersebut akan di-*review* terlebih dahulu oleh PIC. Kemudian, setelah PIC menentukan tema, penulis akan membuat nama acara, memikirkan format acara, dan aktivitas acaranya secara garis besar. Contohnya, jika iC-MeetHub, format acaranya adalah *Focus Group Discussion*, aktivitas yang ada adalah  *mingle, challenge, present group*, dll. Untuk iC-Talk, terdapat aktivitas *games* atau *challenge social media* bagi para peserta.

Selain itu, pada tahap ini penulis terkadang juga berkoordinasi dengan *partner* yang direkomendasikan oleh PIC apabila *event* yang akan diselenggarakan bersifat kolaboratif. Dalam hal ini, penulis membantu menjalin komunikasi awal dengan pihak *partner* untuk membahas kesesuaian tema, pembagian peran, serta bentuk kerja sama yang dapat mendukung pelaksanaan acara. Namun, apabila *event* tidak melibatkan kolaborasi eksternal, seluruh proses perancangan konsep dan aktivitas acara dilakukan secara internal bersama tim iCCom.

**Topic 1: Unlocking Opportunities: Why Enterprises Need to Understand Deep Learning & LLM”**

**Speaker:**

**Outline:**

1. The Evolution of AI – From machine learning to deep learning & LLMs, and why this leap matters for enterprises.
2. What Makes LLMs Different – Beyond chatbots: capabilities (e.g., summarization, prediction, automation) and their current limitations.
3. Transforming Industries: Practical Use Cases Across Sectors
4. Competitive Advantage – How enterprises that adopt early can cut costs, innovate faster, and capture market share.
5. Bridging the Skills Gap – Why many enterprises struggle to build internal AI capability and how to start addressing it.
6. Action Points for Enterprises – From awareness → pilot projects → scaling adoption responsibly.

**Topic 2: “Managing the Risks: What Happens If Enterprises Ignore Deep Learning & LLM?”**

**Speaker:**

**Outline**

1. The Cost of Standing Still – Missing out on efficiency gains and innovation while competitors surge ahead.
2. Operational Risks – Productivity loss, outdated processes, and inefficiency in the absence of AI adoption.

**Gambar 3. 2 Pembuatan Brief/Outline untuk Speaker**

Sumber: Perusahaan (2025)

Setelah tema, format dan aktivitas acara ditentukan, penulis akan membuat *brief* atau *outline* yang berkaitan dengan tema untuk diberikan kepada pembicara. Hal ini dilakukan agar materi pembicara relevan dengan topik yang ingin diangkat.

• Pertanyaan FGD

**Kelompok A**

**Topic 1: Unlocking Opportunities: Why Enterprises Need to Understand Deep Learning & LLM”**

1. Seberapa jauh pemahaman tentang deep learning & LLM harus dimiliki oleh manajemen puncak (C-level), bukan hanya tim teknis? Apa risikonya jika gap pemahaman ini terlalu lebar?
2. Menurut Anda, apa hambatan terbesar bagi perusahaan di Indonesia/ASEAN untuk menguasai teknologi ini: keterbatasan talenta, biaya, regulasi, atau mindset manajemen?
3. Jika diminta memilih satu area di perusahaan Anda untuk pilot project LLM, apa yang paling menjanjikan, dan mengapa?
4. Apakah semua industri benar-benar membutuhkan deep learning & LLM, atau hanya sektor tertentu yang akan memperoleh manfaat nyata?
5. Bagaimana perubahan AI ini akan memengaruhi peran Anda secara pribadi dalam 3-5 tahun ke depan?

**Kelompok B**

**Topic 2: “Managing the Risks: What Happens If Enterprises Ignore Deep Learning & LLM?”**

1. Jika perusahaan Anda sama sekali tidak berinvestasi di AI dalam 5 tahun ke depan, risiko apa yang paling nyata: kehilangan pasar, inefisiensi internal, atau kehilangan talenta terbaik?
2. Menurut Anda, apakah risiko terbesar datang dari mengabaikan AI, atau justru dari mengadopsinya tanpa persiapan yang matang?
3. Dalam konteks reputasi perusahaan, apa yang lebih berbahaya: terlihat lambat beradaptasi dengan AI, atau terjebak dalam kontroversi etika akibat salah penggunaan AI?
4. Jika Anda harus merumuskan strategi mitigasi risiko AI untuk perusahaan, elemen apa yang paling prioritas: tata kelola (governance), edukasi SDM, kontrol data, atau kolaborasi eksternal?
5. Jika perusahaan Anda lambat mengadopsi AI, apa dampaknya langsung pada pekerjaan Anda, dan bagaimana Anda menyiapkan diri agar tetap relevan di situasi tersebut?

**Gambar 3. 3 Pembuatan Pertanyaan untuk FGD**

Sumber: Perusahaan (2025)

Dalam pelaksanaannya, *event iC-MeetHub* yang formatnya *focus group discussion*, penulis juga akan membuat *list* pertanyaan *focus group discussion* untuk peserta yang terbagi menjadi dua *group*.

### 3. Tahap *Planning*

Tahap ini mencakup penyusunan strategi, jadwal, dan kebutuhan teknis yang memastikan seluruh elemen acara siap dilaksanakan. Tahapan ini merupakan bagian yang paling kompleks karena melibatkan berbagai aspek persiapan yang cukup detail.

Draft Website	
IC-MeetHub #29 - "From Deep Learning to LLMs: The Foundation of AI Agents"	
<b>Event Details:</b>	
Date: Thursday, 2 October 2025	
Time: 18.00 – 21.00 WIB	
Venue: Cascade Kofy, Jakarta	

**Gambar 3. 4 Draft Description Event untuk Website**

Sumber: Perusahaan (2025)

Secara umum, penulis bertanggung jawab untuk memastikan seluruh kebutuhan acara terpenuhi sebelum hari pelaksanaan. Persiapan dimulai dengan pembuatan materi publikasi, seperti *draft publikasi event* untuk website iCCCom, dua *draft email* (publikasi dan *reminder*), serta materi PowerPoint dan *feedback form* untuk setiap satu acara yang diselenggarakan. Penulis juga membuat grup WhatsApp khusus untuk setiap *event* agar memudahkan proses koordinasi dengan peserta yang telah mendaftar.

• Rundown	
Time	Description
17.00 - 17.30	<b>30</b> iCCCom Committee Standby
17.30 - 18.30	<b>60</b> Open gate
18.15 - 18.50	<b>35</b> Dinner Break
18.50 - 19.00	<b>10</b> Opening and Introduction of iCCCom by MC
19.00 - 19.05	<b>5</b> Introduction to Speaker
19.05 - 19.25	<b>20</b> Material Explanation from Speaker
19.25 - 19.40	<b>15</b> Q&A or Talkshow with Moderator
19.40 - 19.45	<b>5</b> FGD Opening & Explanation
19.45 - 20.05	<b>20</b> FGD
20.05 - 20.15	<b>10</b> Group 1 Presentation
20.15 - 20.25	<b>10</b> Group 2 Presentation
20.25 - 20.30	<b>5</b> Closing & Documentation
20.30 - 20.45	<b>15</b> Mingle Session

**Gambar 3. 5 Pembuatan Rundown Event**

Sumber: Perusahaan (2025)

Sebelum melakukan publikasi secara luas, penulis terlebih dahulu menyusun *rundown* acara agar seluruh sesi dapat berjalan sesuai alur, serta membuat *cue card* bagi MC sebagai panduan selama acara berlangsung.

Setelah seluruh persiapan tersebut selesai, penulis akan melakukan *blast email* publikasi menggunakan Zoho kepada lebih dari 5.000 orang dalam database iCCCom. *Email reminder* dikirimkan H-1 acara.

The screenshot shows a registration form for an event. At the top, it says 'BOOK YOUR iC-MeetHub 29's TICKET HERE!'. Below that is a text area with a 'B' icon, followed by a line of text: 'By fill this form, I agree to share my details for event registration and to receive fun updates, newsletters, and event invites.' Underneath this is a section titled 'EVENT DETAILS' which displays the event information: 'FROM DEEP LEARNING TO LLMS THE FOUNDATION OF AI AGENTS', date '02 OCTOBER, 2025', time '18.00 - 21.00 WIB', place 'CASCADE KOFY, SENEN', and a photo of a woman named 'DESY ANGGREYNI, S.SI, M.KOM' described as an 'Ai trainer'. There is also a 'Free Meals!' badge and a 'REGISTER NOW!' button.

**Gambar 3. 6** Pembuatan Form Pendaftaran khusus *Media Partner*

Sumber: Perusahaan (2025)

Penulis juga turut melakukan *listing media partner* yang relevan untuk diajak bekerja sama dalam publikasi acara. Apabila *event* turut dipromosikan melalui *media partner*, penulis menyiapkan formulir pendaftaran terpisah khusus bagi peserta yang mendaftar melalui kanal publikasi media partner. Hal ini dilakukan untuk mempermudah proses pendataan serta memastikan seluruh peserta yang terdaftar tercatat dengan baik dalam sistem iCCCom.

Selanjutnya, penulis menyusun berbagai dokumen pendukung acara, seperti *Terms of Reference* (ToR) untuk mitra atau *partner* yang terlibat, serta ToR khusus untuk pembicara. Penulis juga memastikan bahwa materi presentasi pembicara telah sesuai dengan standar iCCCom, termasuk penambahan logo iCCCom.

**LIST RESTO YOGYA (RANGE HARGA SPONSOR)**

1. Otodan Restaurant
  - Minimum payment 2 juta
  - 26 menit ke UGM 31 ke UKDW
  - Video ruangan ada di WhatsApp
  - Mic, proyektor udah ada
2. Kims bar and kitchen
  - Mic, proyektor, dll 800K
  - Minimum 20 pax ada yang 200/250. 30 pax 150
  - 17 menit ke ukdw 11 menit ke ugm
  - 800 ribu untuk proyektor, mic, dll
3. Gala rasa
  - 16 menit ke UGM, 12 menit ukdw
  - Ruang Guyub maksimal kapasitas 20-25 orang dengan min payment 2 juta, ruang rumah putih 50 pax dengan min payment 14jt
  - Sound add on 500K dan electricity charge 500k
4. State cafe and brasserie
  - 14 menit ke ukdw, 6 menit ke ugm
  - 169k/pax Italian set, western 179k/pax ada yg yang 350k/pax, asian 149k/pax ad yg yang 350k/pax
  - Tidak ada ada minimum charge
5. a&m co bistro
  - 12 menit ukdw, 16 menit ugm
  - Minimum payment 3 juta
  - Kapasitas room 20-30 orang
  - Proyektor, mic, dll sudah include

**Gambar 3. 7 Listing Venue untuk Event Offline**

Sumber: Perusahaan (2025)

Proses persiapan *event* juga memiliki perbedaan antara kegiatan yang dilakukan secara *offline* dan *online*. Untuk *event offline* seperti *iC-MeetHub*, penulis bertanggung jawab untuk mencari *venue* yang sesuai, baik dari segi kapasitas peserta, harga, fasilitas, lokasi, dan ketersediaan konsumsi. Pada kegiatan yang berformat FGD, penulis juga membuat *template* PowerPoint untuk masing-masing kelompok berdiskusi menjawab pertanyaan. Selain itu, penulis melakukan *listing* hadiah untuk pembicara serta daftar *merchandise* yang akan digunakan dalam acara. Seluruh kebutuhan tersebut, termasuk daftar hadiah dan *merchandise*, akan diperiksa terlebih dahulu oleh PIC sebelum disetujui.

Venue	Rumah Putih		
Keterangan	Price/pax	Jumlah	Total
Venue + lunch & snack	Rp 145,000.00	35	Rp 5,075,000.00
Proyektor, mic, speaker	Rp 1,000,000.00	1	Rp 1,000,000.00
Merchandise for audience (noteboo	Rp 16,000.00	50	Rp 800,000.00
Merchandise for speaker	Rp 250,000.00	3	Rp 750,000.00
Baju Polo	Rp 125,000.00	3	Rp 375,000.00
Banner	Rp 187,500.00	1	Rp 187,500.00
Lanyard peserta	Rp 10,000.00	53	Rp 515,001.00
Cover mika untuk lanyard	Rp 2,000.00	53	Rp 106,000.00
Prize for Best Participants	Rp 200,000.00	3	Rp 600,000.00
Plakat	Rp 166,000.00	3	Rp 498,000.00
Frame	Rp 50,000.00	3	Rp 150,000.00
<b>Total</b>			<b>Rp10,056,501.00</b>

**Gambar 3. 8 Anggaran Acara**

Sumber: Perusahaan (2025)

Penulis juga turut menyusun anggaran kegiatan (*budgeting*) dan menyiapkan aktivitas interaktif seperti *games* agar peserta dapat saling

berinteraksi satu sama lain. Menjelang pelaksanaan, penulis membuat formulir menu peserta, melakukan konfirmasi menu kepada pihak *venue*, serta menghubungi satu per satu peserta di H-1 acara untuk memastikan kehadiran mereka. Selain itu, penulis juga memastikan bahwa data peserta yang terdaftar melalui formulir pendaftaran sesuai dengan data di grup WhatsApp, guna menghindari ketidaksesuaian saat hari pelaksanaan.



Gambar 3. 9 Proposal Kegiatan, Sponsorship & PowerPoint Kegiatan

Sumber: Perusahaan (2025)

Penulis juga berperan dalam penyusunan proposal kegiatan maupun proposal *sponsorship* sebagai upaya memperoleh dukungan dana dan menjalin kolaborasi dengan pihak eksternal. Selain itu, penulis turut membantu dalam pembuatan presentasi PowerPoint yang digunakan sebagai media komunikasi dengan pihak eksternal, misalnya saat mencari *community partner* atau menjelaskan konsep acara yang akan dilaksanakan.

Sementara itu, untuk *event online* seperti *iC-Talk*, penulis menyiapkan tautan Zoom Meeting, membuat *games* ataupun *challenges* serta hadiah (*giveaways*) bagi peserta, dan memastikan seluruh kebutuhan digital seperti latar belakang acara, presentasi, dan urutan kegiatan telah siap digunakan pada hari pelaksanaan.

#### **4. Tahap *Coordination***

Tahap ini berfokus pada proses koordinasi dengan berbagai pihak yang terlibat agar kegiatan dapat berjalan selaras dan sesuai rencana. Pada tahap ini, penulis berperan aktif menjalin komunikasi dengan beberapa pihak terkait, seperti *partner*, pembicara, peserta, serta tim internal iCCCom.

Apabila *event* bersifat kolaboratif, penulis berkoordinasi dengan *partner* yang direkomendasikan oleh PIC untuk menyamakan tujuan, konsep acara, serta pembagian peran dalam pelaksanaannya. Selain itu, penulis juga melakukan koordinasi dengan pembicara untuk memastikan kesiapan materi, menjawab pertanyaan teknis, serta memberikan panduan seputar rangkaian dan alur acara. Koordinasi dengan peserta juga dilakukan melalui grup WhatsApp masing-masing *event*, terutama untuk menjawab pertanyaan, memberikan informasi teknis, serta memastikan peserta memahami ketentuan acara. Koordinasi dengan tim internal iCCCom dilakukan untuk memastikan seluruh persiapan acara telah siap. Misalnya, memastikan poster acara telah ada.

Pada *event offline*, koordinasi dilakukan lebih intens karena melibatkan berbagai pihak, seperti pihak *venue*, penyedia *merchandise* dan hadiah, serta tim internal iCCCom. Penulis berkoordinasi dengan pihak *venue* terkait pemilihan menu, format tempat duduk, waktu penyajian makanan, serta kebutuhan teknis lainnya. Selain itu, penulis juga turut melakukan *briefing* dengan pembicara, memastikan kesiapan seluruh peralatan, dan berkoordinasi dengan tim internal iCCCom agar acara berjalan sesuai *rundown*. Pada hari pelaksanaan, penulis membantu mengatur area

registrasi, memastikan format tempat duduk sesuai, serta turut berinteraksi langsung dengan peserta selama sesi *mingle* untuk menciptakan suasana yang lebih hangat dan interaktif.

Sementara itu, pada *event online*, koordinasi dilakukan dengan peserta untuk memastikan mereka mengikuti ketentuan acara, seperti format nama dan kesiapan teknis sebelum acara dimulai. Penulis juga melakukan *briefing* dengan pembicara serta berkoordinasi dengan tim internal untuk memastikan seluruh aspek teknis daring, seperti *Zoom Meeting*, *screen sharing*, dan urutan presentasi berjalan lancar.



**Gambar 3. 10** Mempresentasikan iCCom

Sumber: Perusahaan (2025)

Khusus untuk *company visit*, kegiatan ini tidak sepenuhnya diselenggarakan oleh iCCom, melainkan merupakan kolaborasi dengan divisi *Corporate People Development*. Dalam hal ini, sebagian besar persiapan acara telah disiapkan oleh pihak tersebut, sedangkan iCCom

berperan mendukung pelaksanaan kegiatan di lapangan. Penulis membantu memperkenalkan atau mempresentasikan iCCCom kepada peserta yang hadir, serta turut mendukung proses mobilisasi selama kegiatan berlangsung.

## 5. Tahap *Evaluation*

Tahap evaluasi menjadi proses akhir untuk meninjau hasil pelaksanaan acara, menilai efektivitasnya, serta menentukan aspek yang perlu diperbaiki pada kegiatan berikutnya. Evaluasi dilakukan baik secara langsung maupun melalui data yang diperoleh dari *feedback form* dan *database* peserta.

Untuk kegiatan *offline*, penulis kerap menerima masukan secara langsung dari peserta yang hadir di lokasi acara. Selain itu, untuk setiap *event*, baik itu *offline* ataupun *online*, juga dilengkapi dengan *feedback form* yang berfungsi untuk mengukur tingkat kepuasan peserta dan efektivitas kegiatan secara keseluruhan. Formulir tersebut dibuat dengan pertanyaan cukup lengkap, mencakup informasi seperti asal pendaftaran peserta, sumber mereka mengetahui iCCCom, tingkat kepuasan terhadap acara beserta alasannya, saran perbaikan, ide tema kegiatan selanjutnya, preferensi durasi, waktu pelaksanaan (*weekdays* atau *weekend*), dan pertanyaan lainnya.

Apabila acara dipublikasikan melalui *media partner*, penulis juga menggunakan data dari formulir pendaftaran terpisah untuk menilai efektivitas kerja sama promosi yang dilakukan. Data ini membantu melihat apakah kanal publikasi *media partner* tersebut berhasil menjangkau peserta baru atau tidak.

Selain itu, setelah setiap acara selesai, baik *online* maupun *offline*, penulis turut mengelola *database* peserta untuk melihat pertumbuhan komunitas. Dari data tersebut, dapat diketahui berapa jumlah anggota baru

yang bergabung serta berapa banyak anggota lama yang kembali aktif berpartisipasi dalam *event* iCCCom.

Secara keseluruhan, penerapan kelima tahapan *event management* tersebut membantu penulis dalam memahami proses penyelenggaraan *event* secara sistematis, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Melalui keterlibatan langsung dalam setiap tahapan, penulis memperoleh pengalaman nyata dalam mengelola kegiatan komunitas, berkoordinasi dengan berbagai pihak, serta memastikan setiap acara berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pengalaman ini juga memperkuat kemampuan penulis dalam merencanakan, mengorganisasi, dan mengevaluasi *event* dengan baik.

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama mengelola *event* komunitas Indonesia Cloud Community (iCCCom) di PT Computrade Technology International, penulis menghadapi beberapa kendala yang muncul dalam pelaksanaan pekerjaan sehari-hari. Kendala-kendala tersebut umumnya berkaitan dengan padatnya jadwal kegiatan serta dinamika komunikasi dalam lingkungan kerja. Adapun kendala yang dihadapi penulis adalah sebagai berikut:

1. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah banyaknya jumlah *event* dalam satu bulan. Dalam satu periode, iCCCom dapat menyelenggarakan lebih dari satu *event*, baik secara *online* maupun *offline*. Kondisi ini menuntut penulis untuk menangani beberapa kegiatan secara bersamaan, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi. Situasi tersebut terkadang membuat penulis mengalami keteteran dalam mengatur waktu untuk menyelesaikan persiapan *event* tersebut.
2. Selain itu, penulis juga menghadapi kendala berupa kurangnya komunikasi dan kedekatan dengan PIC. Interaksi yang terbatas membuat komunikasi cenderung berlangsung secara formal dan seperlunya saja, sehingga kondisi

ini berpengaruh pada efektivitas koordinasi dan proses pembimbingan selama pelaksanaan tugas.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Dalam menghadapi berbagai kendala selama pelaksanaan magang, penulis berupaya mengambil langkah-langkah mandiri untuk mencari solusi. Upaya tersebut menjadi bagian penting dalam pembelajaran dan pengembangan kemampuan profesional selama berada di lingkungan kerja.

1. Dalam menghadapi banyaknya jumlah *event* dalam satu bulan, penulis menerapkan sistem prioritas dan manajemen waktu yang disiplin. Penulis membuat daftar prioritas kerja (*priority list*) dan menyusun *timeline* penyelesaian tugas agar setiap pekerjaan dapat diselesaikan tepat waktu. Penulis juga berusaha menjaga konsistensi dalam menyelesaikan setiap tanggung jawab tanpa menunda pekerjaan, sehingga beban kerja tidak menumpuk menjelang hari pelaksanaan *event*.
2. Selain itu, untuk mengatasi kendala terkait koordinasi dengan PIC, penulis berupaya menjalin komunikasi yang lebih terbuka dan aktif, serta sebisa mungkin memberikan *update* rutin mengenai setiap pekerjaan yang sedang berlangsung kepada PIC. Langkah ini membantu penulis memperlancar proses koordinasi dan mendukung penyelesaian tugas secara efektif selama persiapan dan pelaksanaan *event*.