

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada pelaksanaan kerja magang, penulis berperan sebagai Marketing Event Paws Dog Dream Park Serpong, salah satu unit bisnis PT Lestari Mahadibya, anak perusahaan PT Summarecon Agung Tbk. Penulis bertanggung jawab untuk membuat perencanaan hingga pelaksanaan *event marketing* Paws Serpong, dan bertanggung jawab secara langsung kepada Reza Paramita selaku Specialist Project Marketing PT Summarecon Agung Tbk sekaligus Head of Paws Dog Dream Park Serpong.

The flowchart illustrates the coordination process for Paws Serpong. It begins with a box labeled 'Head of Paws Serpong' at the top left. Below it is a box labeled 'Marketing Event'. A double-headed vertical arrow connects these two boxes. To the right of 'Marketing Event' are four boxes: 'Operational', 'Casual Leasing', 'Digital Media', and 'Graphic Design', arranged vertically. Arrows point from 'Marketing Event' to each of these four boxes. Above 'Operational' is a box labeled 'Staf Lapangan'. A double-headed horizontal arrow connects 'Operational' and 'Staf Lapangan'. A long arrow points from 'Head of Paws Serpong' to 'Staf Lapangan'. A feedback loop arrow starts from the bottom of the 'Operational', 'Casual Leasing', 'Digital Media', and 'Graphic Design' boxes, goes down to the text 'apabila diperlukan' (if needed), and then loops back to the 'Head of Paws Serpong' box.

Gambar 3.1 Alur Koordinasi Paws Serpong

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis mengerjakan berbagai tugas mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dan evaluasi *event marketing* Paws Serpong. Menurut Goldblatt (2014), *event* yang berasal dari bahasa Latin “*e-venire*” yang berarti hasil, merupakan suatu kegiatan/acara yang dirancang dan diselenggarakan secara terorganisir untuk suatu tujuan tertentu. Serta, terdapat 5 tahapan *event management*, yaitu *research*, *design*, *planning*, *coordination*, dan *evaluation*, seperti yang terdapat pada Gambar 3.2 di bawah ini.



Gambar 3.2 5 Tahapan Event Management
Sumber: Goldblatt (2014)

Untuk *event marketing* yang dilaksanakan di Paws Serpong sesuai dengan konsep Goldblatt (2014). Hanya saja, tahapan *event management* tidak selalu berjalan secara linear, melainkan dapat kembali ke tahap sebelumnya sebelum melanjutkan ke tahap selanjutnya. Misalnya, ketika suatu *design* ide *event* belum disetujui, maka akan kembali ke tahap *research* untuk riset ulang/tambahan terlebih dahulu, mengajukan *design* ide *event* lagi, dan melanjutkan ke tahap *planning* apabila *design* ide *event* telah disetujui.

Berikut tabel deskripsi tugas penulis sebagai Marketing Event Paws Serpong,

No.	Tugas	Deskripsi
1.	<i>Research</i>	Melakukan riset untuk dapat merancang suatu <i>event</i> yang sesuai dengan kebutuhan Paws Serpong, termasuk melakukan survei <i>event</i> anjing.
2.	<i>Design</i>	Mendesain rancangan event untuk Paws Serpong secara umum terlebih dahulu.
3.	<i>Planning</i>	Membuat rancangan/rencana <i>event</i> secara detail.
4.	<i>Coordination</i>	Melakukan koordinasi dengan berbagai pihak yang terlibat dalam <i>event</i> , baik internal maupun eksternal.
5.	<i>Evaluation</i>	Melakukan evaluasi serta melaporkan termasuk mendokumentasikan hasil <i>event</i> .
Tambahan:		Membantu divisi Digital Media dan Operational, serta Merapikan PPT 4DX

Tabel 3.1 Deskripsi Tugas Penulis sebagai Marketing Event Paws Serpong

Adapun, penulis lebih difokuskan pada tahap *planning* dan *coordination*.

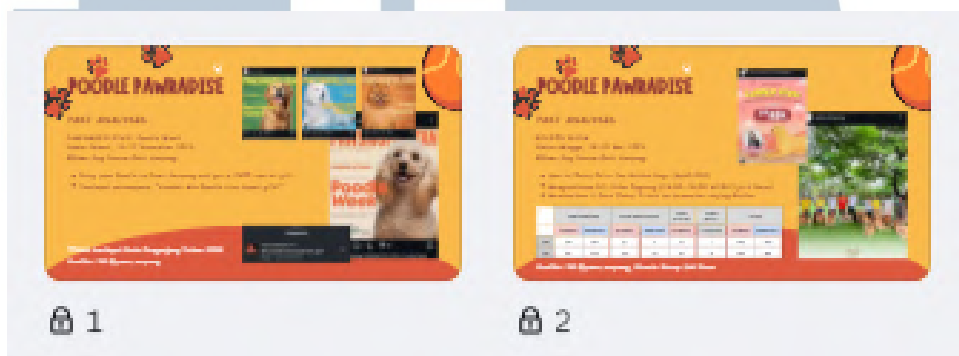
Berikut uraian tugas penulis sebagai Marketing Event Paws Serpong,

1. *Research*

Menurut Goldblatt (2014), *research* dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan dari para prospek peserta *event* untuk menyelenggarakan suatu *event* yang sesuai serta layak dari segi sumber daya, waktu, dan anggaran. Dimana, riset dapat dilakukan dengan metode 5W+1H, yaitu *What* (Apa), *Who* (Siapa), *When* (Kapan), *Where* (Dimana), *Why* (Kenapa), dan *How* (Bagaimana)?

Sebagai Marketing Event Paws Serpong, penulis melakukan riset untuk dapat merancang suatu *event* yang sesuai dengan kebutuhan Paws Serpong terutama untuk inovasi *event* baru di luar *event* rutin Paws Serpong, yang menyesuaikan dengan tren *event* anjing yang secara umum penulis riset melalui media sosial, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

Untuk tahapan *research*, penulis juga melakukan riset untuk perancangan *event* Paws Serpong tahun 2026, mulai dari hari besar/raja, *long weekend*, hingga hari-hari anjing, seperti Poodle's Day, yang jatuh pada tanggal 7 Oktober setiap tahunnya, yang merayakan ras anjing Poodle. Dimana penulis mengajukan hasil riset tersebut sebagai ide *event* Paws Serpong untuk bulan Oktober 2025 dan berhasil diselenggarakan dengan nama Poodle Pawradise.



Gambar 3.3 *Research: Past Analysis* untuk *Event* Poodle Pawradise

Ketika tahapan *research*, penulis mencari dan mengumpulkan berbagai data mengenai hari-hari tertentu, melakukan *competitor's event analysis*, dan mempelajari *event-event* Paws Serpong sebelumnya, yang menjadi dasar alasan untuk pelaksanaan *event* Paws Serpong selanjutnya. Seperti Poodle Pawradise yang dilaksanakan selain karena hari anjing, juga karena ras Poodle merupakan ras anjing-pengunjung terbanyak di Paws Serpong, serta perancangan *event* Paws Serpong tahun 2026 yang banyak penulis dasarkan pada hari-hari anjing, dan pelaksanaannya pada hari besar/raja serta *long weekend*-nya.

Selain melakukan riset di kantor dan area Paws Serpong, penulis bersama rekan Marketing Event atas arahan Head of Paws Serpong juga melakukan survei *event* anjing yang diselenggarakan di Jakarta. Penulis juga membuat PPT untuk melaporkan dan membagikan hasil survei kepada para rekan kerja di Paws Serpong.



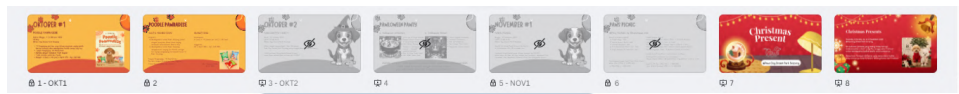
Gambar 3.4 *Research*: PPT Survei Event Anjing



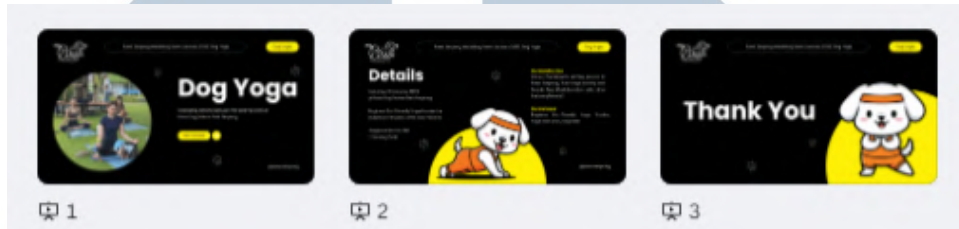
Gambar 3.5 *Research*: Contoh Isi PPT Survei Event Anjing

2. *Design*

Menurut Goldblatt (2014), *design* adalah tahapan kreatif mendesain rancangan *event* untuk secara umum yang mencakup tema, isi, dan identitas *event*. Pada tahap *design*, penulis sebagai Marketing Event Paws Serpong mendesain rancangan *event* untuk Paws Serpong secara umum berupa *pitch deck*, seperti untuk Poodle Pawradise dan Jolly Gift Dip (sebelumnya disebut sebagai Christmas Present), serta sejumlah desain *event* lain yang belum berhasil diselenggarakan karena alasan tujuan/prioritas/lainnya. Penulis juga membuat *pitch deck* seperti untuk Dog Yoga tahun 2026 yang selanjutnya dikirimkan kepada pihak eksternal untuk kemungkinan kolaborasi/kerja sama.



Gambar 3.6 Design: Pitch Deck Desain Event Paws Serpong



Gambar 3.7 Design: Pitch Deck Desain Event Dog Yoga

3. Planning

Menurut Goldblatt (2014), *planning* melibatkan pembuatan rancangan/rencana *events* secara detail dari awal hingga akhir yang mencakup sejumlah elemen penting seperti waktu, tempat, dan tempo (*rundown*). Pada tahap *planning*, penulis membuat rancangan/rencana *event* secara detail dari rancangan umum yang sebelumnya telah disetujui oleh Head of Paws Serpong. Untuk Foam Pawty 2.0 yang berhasil diselenggarakan pada hari Sabtu, 20 September 2025, penulis membuat *rundown*, *playlist* Spotify, dan memastikan bahwa seluruh peralatan dan perlengkapan yang diperlukan yaitu *foam machine*, sabun, *PVC shower*, dan *standing speaker* sudah siap.



Gambar 3.8 Planning: Event Foam Pawty 2.0



Gambar 3.9 *Planning*: Pemasangan PVC Shower Event Foam Pawty 2.0

Untuk 2nd Pawsversary: The Lucky 16 yang berhasil diselenggarakan dalam rangka hari ulang tahun ke-2 Paws Serpong pada hari Selasa, 16 September 2025, penulis membantu mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan yaitu *fishbowl* untuk *lucky dip* hadiah berupa *voucher* dari para tenant di area Paws Serpong.

Untuk Poodle Pawradise dan Jolly Gift Dip yang memerlukan hadiah, penulis mencari hadiah yang sesuai, mengajukan untuk seleksi oleh Head of Paws Serpong, dan membuat rencana pembelian untuk diteruskan oleh divisi Operational pada divisi Purchasing. Hal serupa juga dilakukan untuk pembelian dekorasi Halloween pada bulan Oktober 2025 dan Christmas-New Year pada bulan Desember 2025.



Gambar 3.10 *Planning*: Hadiah Event Poodle Pawradise

[illegible]

Gambar 3.12 *Planning: Gift-Wrapping Event* Jolly Gift Dip

Coordination

Menurut Goldblatt (2014), *coordination* dilakukan dengan berbagai cara yang melibatkan pihak-pihak yang terlibat dalam *event*, baik internal maupun eksternal, untuk memastikan rangkaian *event* dapat diselenggarakan dengan baik dan lancar. Pada tahap *coordination*, penulis melakukan koordinasi dengan berbagai pihak yang terlibat dalam *event*, baik internal maupun eksternal, untuk:

4. Coordination

Menurut Goldblatt (2014), *coordination* dilakukan dengan berbagai pihak yang terlibat dalam *event*, baik internal maupun eksternal untuk memastikan rangkaian *event* dapat diselenggarakan dengan baik dan lancar. Pada tahap *coordination*, penulis melakukan koordinasi dengan berbagai pihak yang terlibat dalam *event*, baik internal maupun eksternal untuk:

a. *Event Kerja Sama*

Untuk *event* kerjasama, penulis berkoordinasi dengan divisi Casual Leasing and Sponsorship dari pihak internal seperti untuk Paws of Joy, dimana divisi Casual Leasing and Sponsorship berperan sebagai jembatan dengan tenant Puppy Affair serta *brand* Levoit-Notale selaku sponsor untuk hadiah Paws of Joy. Selain itu, penulis juga berkoordinasi secara langsung dengan pihak eksternal seperti untuk Dog Yoga tahun 2026 yang sebelumnya penulis sebut pada tahap *design*, serta untuk sejumlah *event* lain yang belum berhasil/akan selanjutnya diselenggarakan.

b. *Promosi di Media Sosial*

Untuk keperluan promosi di media sosial, penulis berkoordinasi dengan divisi Graphic Design dan Digital Media, dimana penulis mengirimkan *promotion brief* secara umum untuk selanjutnya dirancang menjadi poster dan *caption*, yang akan dipublikasikan di media sosial Paws Serpong apabila sudah disetujui oleh Head of Paws Serpong.



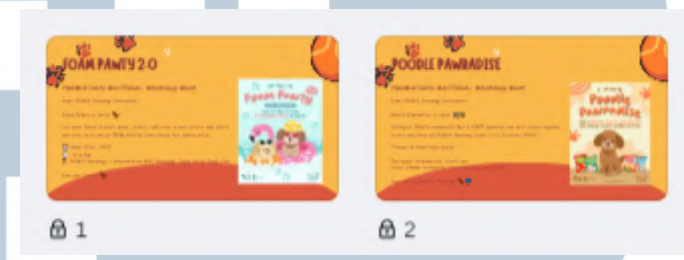
Gambar 3.13 *Coordination: Promotion Brief Event Paws Serpong*



Gambar 3.14 *Coordination: Proses Poster Event Foam Pawty 2.0*

c. *Broadcast WhatsApp*

Untuk mengkomunikasikan *event* secara lebih luas, selain melalui media sosial, Paws Serpong juga melakukan *broadcast* WhatsApp kepada para pelanggannya. Dimana penulis mengirimkan materi *broadcast* WhatsApp yang merupakan hasil modifikasi dari *caption* promosi, yang akan diteruskan oleh Staf Lapangan pada para pelanggan.



Gambar 3.15 *Coordination: Materi Broadcast WhatsApp Event Paws Serpong*

d. *Briefing Staf Lapangan*

Penulis juga mengirimkan *crew brief* kepada Staf Lapangan untuk memastikan bahwa setiap Staf Lapangan mengetahui dan memiliki pedoman untuk setiap *event* yang diselenggarakan.



Gambar 3.16 *Coordination: Crew Brief Event Paws Serpong*

e. *Monitoring Event*

Penulis juga membuat Google Sheets untuk *real-time monitoring* serta memudahkan koordinasi data dengan Staf Lapangan.

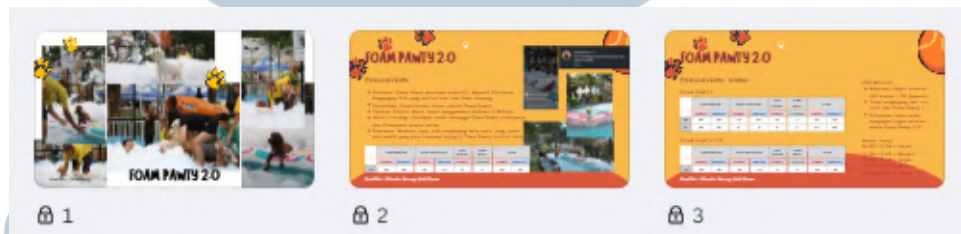
DAFTAR PENGUNJUNG POODLE PAWRADISE @PAWS Serpong									
1									
2	Hari, Tanggal:								
3									
4	No.	Jam	Nama Pawrent	Nama Doggy	Usia Doggy	Domisili	No. WhatsApp	Instagram Doggy	Apakah sebelumnya sudah tau mengenai Program Poodle Pawradise? Apakah sudah, dari mana?
5									
6									
7									
8									
9									
10									

Gambar 3.17 *Coordination: Google Sheets Event Poodle Pawradise*

Adapun, untuk tahap *coordination*, komunikasi dan koordinasi yang terjadi tidak terbatas pada pengiriman *brief*/materi, melainkan dapat berlanjut apabila terdapat pertanyaan maupun hal yang ingin dikonfirmasi oleh pihak manapun.

5. *Evaluation*

Menurut Goldblatt (2014), *evaluation* dilakukan untuk menilai proses dan hasil *event* untuk mengidentifikasi apa saja yang sudah baik dan masih perlu/dapat ditingkatkan untuk *event* selanjutnya. Pada tahap *evaluation*, penulis melakukan evaluasi serta melaporkan termasuk mendokumentasikan hasil *event* seperti untuk Foam Pawty 2.0, dimana penulis mendapatkan bahwa total pengunjung Foam Pawty 2.0 lebih dari Foam Pawty 1.0, serta para pelanggan sudah menunggu Foam Pawty selanjutnya yang diharapkan sampai malam.



Gambar 3.18 *Evaluation*: Dokumentasi dan Evaluasi *Event* Foam Pawty 2.0



Gambar 3.19 Dokumentasi *Event* Foam Pawty 2.0 (1)



Gambar 3.20 Dokumentasi *Event Foam Pawty 2.0* (2)



Gambar 3.21 Dokumentasi *Event Foam Pawty 2.0* (3)

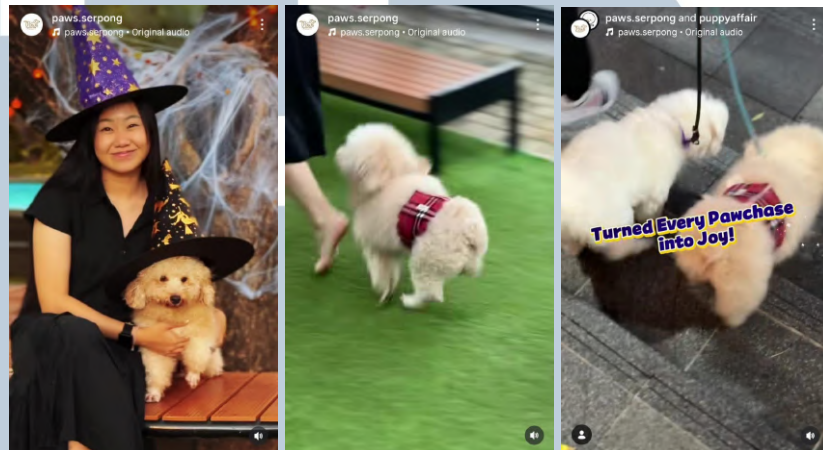


Gambar 3.22 Dokumentasi *Event Foam Pawty 2.0* (4)

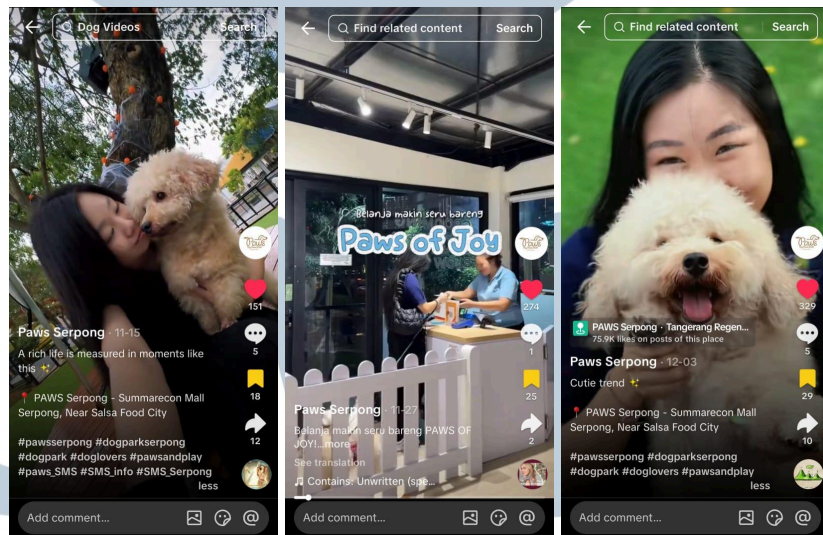
Dokumentasi diambil dengan sumber daya alat kamera Canon EOS 750D milik penulis pribadi.

6. Tambahan: Sebagai tambahan, penulis juga:

- a. Membantu divisi Digital Media menjadi *talent* untuk konten media sosial Instagram dan TikTok @paws.serpong bersama kedua anjing penulis, yaitu Arthur dan Pillow.



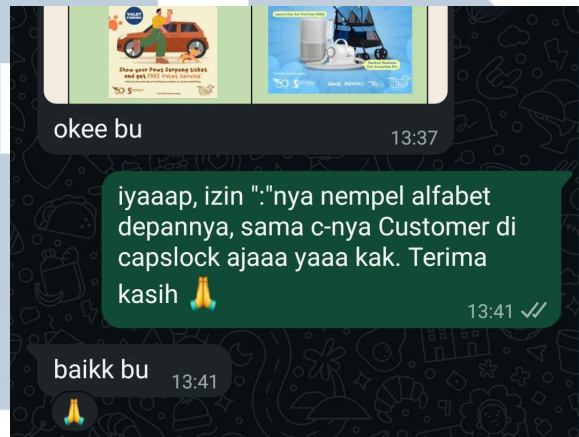
Gambar 3.23 Menjadi *Talent* Konten Instagram @paws.serpong



Gambar 3.24 Menjadi *Talent* Konten TikTok @paws.serpong

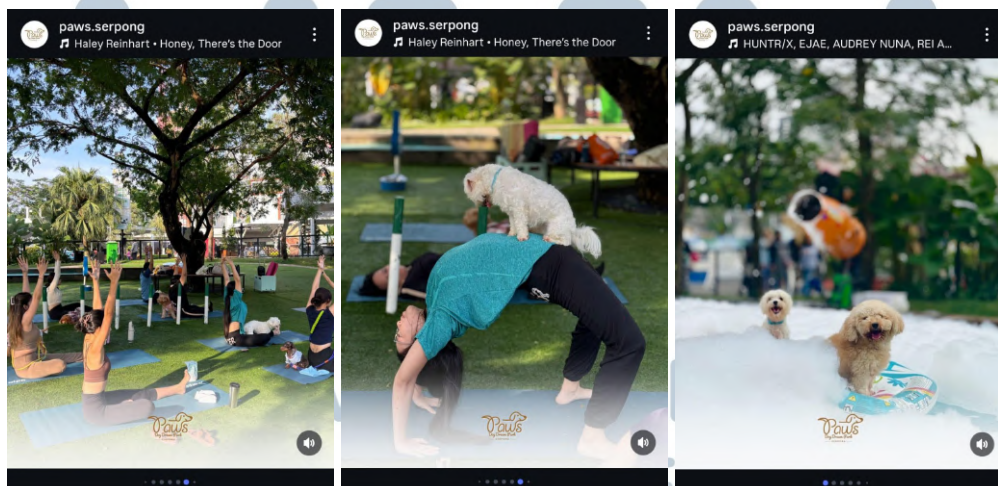
- b. Membantu divisi Operational untuk membuat Google Sheets rincian pembelian serta melakukan *input* Sistem Informasi Pembelian dan Persediaan (SIPP) setelah melakukan pembelian.

- c. Merapikan PPT 4DX yang dibuat oleh Staf Lapangan, terutama berkaitan dengan Ejaan Bahasa Indonesia, kejelasan dan kekonsistenan isi, serta estetika desain.



Gambar 3.25 Merapikan PPT 4DX Paws Serpong

Secara umum, penulis merasa senang karena sebagai Marketing Event Paws Serpong, penulis dapat menyelenggarakan bahkan mengikuti *event* anjing di Paws Serpong bersama anjing penulis sendiri, seperti saat penulis mengikuti PAW-sitives Vibes Yoga kolaborasi dengan Setala Jiwa bersama Pillow, serta membawa Arthur dan Pillow untuk mengikuti Foam Pawty 2.0.



Gambar 3.26 Penulis bersama Anjing Penulis di *Event* Paws Serpong

Dan melakukan berbagai aktivitas seru, seperti:



Gambar 3.27 Dekor Halloween di atas Tangga yang Tinggi



Gambar 3.28 Bermain bersama Anjing

Selain itu, di luar kerja magang sebagai Marketing Event Paws Serpong, penulis juga merasa senang karena menjadi bagian dari “UNANIMUS ANIMUS”, “UNANIMUS ANIMUS” sendiri berarti “Satu Jiwa, Satu Semangat”, dan merupakan sekumpulan (84 orang) karyawan PT Summarecon Agung Tbk dari berbagai divisi dan unit yang telah terpilih melalui audisi untuk menampilkan suatu tarian di bawah asuhan Denny Malik serta para pelatih dari Denny Malik Entertainment, diiringi secara langsung oleh Addie MS dan Twilite Orchestra. Dimana, UNANIMUS ANIMUS dibentuk untuk tampil dalam rangka ulang tahun ke-50 PT Summarecon Agung Tbk, dan tampil dua kali, yaitu pada HUT ke-50 pada hari Rabu, 26 November 2025 di depan para tamu undangan/petinggi/mitra PT Summarecon Agung Tbk di The Ritz-Carlton Pacific Place, dan pada Summareconers Day pada hari Jumat, 12 Desember 2025 di depan 3400 karyawan PT Summarecon Agung Tbk di Uptown Park SMS, dengan waktu latihan/persiapan selama hanya kurang lebih 2 bulan.



Gambar 3.29 UNANIMUS ANIMUS di Gladi Resik HUT ke-50 PT Summarecon Agung Tbk

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.30 UNANIMUS ANIMUS di HUT ke-50 PT Summarecon Agung Tbk



Gambar 3.31 Foto bersama Denny Malik



Gambar 3.32 Foto bersama Addie MS

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.1 Kendala

Berikut sejumlah kendala yang penulis alami selama proses kerja magang,

1. Adanya 2 Target pada bidang *Hospitality* untuk Anjing

Selama proses kerja magang, penulis perlu membuat perencanaan hingga pelaksanaan *event* yang pertama fokusnya untuk anjing, tetapi kedua juga perlu fokus membujuk *pawrent*-nya, sebagai *purchase-decision maker*. Ditambah, *spending power* setiap pelanggan berbeda-beda, yang dapat dipengaruhi oleh keadaan manusianya maupun anjingnya (ras, ukuran, dan lain-lain), yang membuatnya lebih sulit untuk dianalisis dan implementasi dibandingkan perencanaan *event* yang memiliki 1 target, yaitu manusia.

2. Kurangnya Informasi pada masa *Onboarding*

Perusahaan tidak memiliki *onboarding document/handbook*, sehingga penulis sedikit kesulitan untuk memahami sistem, target, dan arah perusahaan, sehingga pada awalnya, penulis terus mengajukan ide *event* yang tidak kunjung disetujui.

3.2.2 Solusi

Berikut solusi yang penulis lakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut,

1. Belajar dari Reza Paramita selaku Head of Paws Serpong

Selama proses kerja magang, Reza Paramita membimbing penulis untuk membuat perencanaan *event* yang memiliki 2 target, yaitu manusia dan anjing, dimana anjingnya harus senang dan manusianya juga harus senang.

2. Belajar dari rekan Marketing Event Paws Serpong

Penulis juga secara aktif mengajukan pertanyaan untuk menjawab berbagai hal yang penulis belum ketahui/mengerti mengenai sistem kerja Paws Dog Dream Park Serpong kepada senior Marketing Event Paws Serpong yang sudah bergabung enam bulan lebih dulu dibanding penulis. Dan rencananya akan membuat *handover document* untuk pekerja magang selanjutnya.