

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pemagang menyelesaikan program magang selama 640 jam di Spedagi Movement sebagai bagian dari persyaratan akademik yang harus dijalankan. Selama periode ini, pemagang ditugaskan sebagai anggota magang event di bawah supervisi Ika Permatahati, yang bertindak sebagai supervisi dan mentor untuk bagian acara dari Spedagi Movement.

Dalam kedudukan kerja di Spedagi Movement, pemagang diposisikan sebagai event director, yang terlibat langsung dalam perencanaan dan pengembangan kegiatan acara. Pemagang tidak hanya melakukan tugas-tugas teknis tetapi juga berpartisipasi dalam pembuatan konsep, khususnya dalam merancang dan mengembangkan konsep acara yang selaras dengan visi, misi, dan nilai-nilai Spedagi Movement sebagai gerakan revitalisasi desa..

Sebagai event director, pemagang bertanggung jawab membantu dalam perumusan ide dan konsep acara yang dimaksudkan untuk mendukung program dari Spedagi Movement. Proses ini meliputi pengembangan ide-ide kreatif, adaptasi konsep acara dengan karakteristik masyarakat, dan pengembangan alur kegiatan yang memprioritaskan keberlanjutan, keterlibatan masyarakat, dan pelestarian budaya lokal. Dalam melaksanakan tugas-tugas ini, para pemagang secara aktif berkoordinasi dengan supervisor untuk memastikan bahwa konsep acara yang mereka buat realistik dan relevan dengan kondisi lapangan.

Selain mengembangkan konsep acara, pemagang juga mendukung aspek teknis perencanaan. Ini termasuk membuat dokumen pendukung, seperti ringkasan acara, garis besar persyaratan kegiatan, dan menyesuaikan jadwal dan alur acara untuk memastikan implementasi yang efektif. Posisi ini menempatkan acara dalam proses perencanaan yang terstruktur, memungkinkan pemagang untuk

memahami hubungan antara konsep kreatif dan implementasi teknis dalam penyelenggaraan acara.

Selama masa magang, pemagang bekerja di bawah bimbingan dan pengawasan langsung dari supervisor, yang memberikan umpan balik, evaluasi, dan bimbingan untuk setiap tugas. Pola kerja ini memungkinkan pembelajaran berkelanjutan, khususnya dalam memahami standar kerja profesional, koordinasi tim, dan proses pengambilan keputusan dalam perencanaan acara komunitas.

Melalui peran pemagang sebagai event director di Spedagi Movement, para peserta magang memiliki kesempatan untuk memahami peran strategis acara sebagai sarana komunikasi dan pemberdayaan bagi masyarakat pedesaan. Posisi ini memberikan pengalaman langsung yang memperkaya pemahaman peserta magang tentang bagaimana suatu acara berfungsi tidak hanya sebagai kegiatan seremonial tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai, membangun interaksi sosial, dan memperkuat identitas desa secara berkelanjutan.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Pemagang menjalankan berbagai tugas yang berkaitan dengan aktivitas perancangan *event* selama 640 jam melaksanakan aktivitas magang di Spedagi Movement, khususnya pada divisi *event*. Uraian yang lebih rinci mengenai aktivitas serta tanggung jawab yang dilaksanakan oleh pemagang adalah sebagai berikut.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang event director dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Event Concept Development	Pemagang bertanggung jawab dalam merancang konsep event yang selaras dengan visi, misi, serta nilai yang diusung oleh Spedagi Movement. Tugas ini meliputi pengembangan ide acara, penentuan tujuan event, penyesuaian konsep dengan karakteristik masyarakat desa, serta penyusunan alur kegiatan yang berdasarkan pada partisipasi komunitas dan keberlanjutan. Jobdesk
----------------------------------	---

	ini menjadi fondasi utama dalam proses penyelenggaraan event.
<i>Event Planning & Coordination</i>	Pemagang terlibat dalam proses perencanaan teknis event, seperti penyusunan rundown acara, penentuan kebutuhan kegiatan, serta koordinasi awal dengan pihak-pihak terkait. Dalam jobdesk ini, pemagang berperan membantu memastikan bahwa konsep yang telah dirancang dapat diimplementasikan secara efektif melalui pengaturan waktu, alur acara, dan pembagian peran selama kegiatan berlangsung.
<i>Event Execution & Evaluation</i>	Pemagang berperan dalam mendukung pelaksanaan event di lapangan sesuai dengan konsep dan perencanaan yang telah disusun. Selain itu, pemagang juga terlibat dalam proses evaluasi pasca-acara untuk menilai efektivitas event, mengidentifikasi kendala yang terjadi, serta memberikan masukan sebagai bahan perbaikan untuk kegiatan event selanjutnya.
<i>Social Media Marketing & Content Creator</i>	Pemagang bertugas menyusun kalender konten, membuat brief, mencari ide dan tren yang relevan dengan pesan serta identitas Spedagi Movement. Pemagang mengelola akun media sosial dari Mapring, dimulai dari penjadwalan, publikasi konten, melakukan pemantauan media sosial dan juga interaksi melalui komentar dan pesan langsung. Serta memantau performa dari setiap konten dimulai dari likes, komentar dan lainnya.
<i>Sponsorship</i>	Pemagang mencari sponsor yang ingin berkontribusi untuk memberikan dukungan pada acara Mapring.

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pemagang bertanggung jawab dalam merancang dan melaksanakan sebuah acara yang bernama Mapring (Malam Papringan), yaitu sebuah konsep *event* yang diselenggarakan pada malam hari dan terinspirasi dari konsep Pasar Papringan

sebagai salah satu program utama Spedagi Movement. Dalam perancangannya, pemagang mengembangkan konsep *event* yang selaras dengan visi, misi, serta nilai-nilai Spedagi Movement, dengan menekankan partisipasi komunitas desa dan prinsip keberlanjutan. Mapring dirancang sebagai ruang interaksi masyarakat yang tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan hiburan, tetapi juga sebagai medium edukasi dan apresiasi terhadap potensi lokal desa. Dalam proses perencanaan, pemagang terlibat secara aktif dalam pengembangan ide acara, penentuan tujuan *event*, serta penyesuaian konsep dengan karakteristik masyarakat desa. Pemagang juga menyusun alur kegiatan dan perencanaan teknis acara, termasuk pembuatan rundown, penentuan kebutuhan kegiatan, serta koordinasi awal dengan pihak-pihak terkait agar konsep yang telah dirancang dapat diimplementasikan secara efektif. Acara Mapring memiliki empat rangkaian utama, yaitu kuliner, talkshow, pentas seni, dan pameran, yang disusun secara terstruktur untuk menciptakan pengalaman acara yang terpadu dan berkelanjutan.

Pada tahap pelaksanaan, pemagang berperan dalam mendukung jalannya acara di lapangan sesuai dengan konsep dan perencanaan yang telah disusun, termasuk memastikan alur kegiatan berjalan sesuai waktu dan tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, pemagang juga terlibat dalam proses evaluasi acara untuk menilai efektivitas pelaksanaan Mapring, mengidentifikasi kendala yang muncul selama kegiatan berlangsung, serta memberikan masukan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan konsep *event* di masa mendatang. Pemagang bertanggung jawab dalam merancang dan melaksanakan sebuah acara yang bernama Mapring (Malam Papringan), yaitu sebuah konsep *event* yang diselenggarakan pada malam hari dan terinspirasi dari konsep Pasar Papringan sebagai salah satu program utama Spedagi Movement. Dalam perancangannya, pemagang mengembangkan konsep event yang selaras dengan visi, misi, serta nilai-nilai Spedagi Movement, dengan menekankan partisipasi komunitas desa dan prinsip keberlanjutan. Mapring dirancang sebagai ruang interaksi masyarakat yang tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan hiburan, tetapi juga sebagai medium edukasi dan apresiasi terhadap potensi lokal desa.

Secara konseptual, peran pemagang dalam kegiatan ini mengacu pada fungsi Event Director, yaitu individu yang bertanggung jawab atas keseluruhan arah kreatif, koordinasi, serta keberlangsungan acara dari tahap perencanaan hingga evaluasi. Menurut Goldblatt (2014), *Event Director* memiliki peran strategis dalam mengintegrasikan tujuan organisasi dengan pengalaman audiens melalui perencanaan acara yang terstruktur, kreatif, dan terukur. Dalam konteks Mapring, pemagang bertindak sebagai pengarah konsep yang memastikan bahwa setiap elemen acara mulai dari konten, alur kegiatan, hingga keterlibatan komunitas berjalan selaras dengan tujuan revitalisasi desa yang diusung oleh Spedagi Movement. Dalam proses perencanaan, pemagang terlibat secara aktif dalam pengembangan ide acara, penentuan tujuan *event*, serta penyesuaian konsep dengan karakteristik sosial dan budaya masyarakat desa. Tahapan ini sejalan dengan teori manajemen *event* yang dikemukakan oleh Getz (2012), yang menyatakan bahwa perencanaan *event* harus memperhatikan konteks sosial, kebutuhan audiens, serta nilai yang ingin disampaikan oleh penyelenggara. Pemagang juga menyusun alur kegiatan dan perencanaan teknis acara, termasuk pembuatan *rundown*, penentuan kebutuhan kegiatan, serta koordinasi awal dengan pihak-pihak terkait agar konsep yang telah dirancang dapat diimplementasikan secara efektif dan efisien.

Acara Mapring memiliki empat rangkaian utama, yaitu kuliner, *talkshow*, pentas seni, dan pameran, yang disusun secara terstruktur untuk menciptakan pengalaman acara yang terpadu dan berkelanjutan. Setiap rangkaian dirancang tidak hanya sebagai aktivitas terpisah, tetapi sebagai bagian dari strategi komunikasi acara yang saling mendukung. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *event* sebagai media komunikasi, di mana acara dipandang sebagai sarana penyampaian pesan, nilai, dan identitas kepada audiens melalui pengalaman langsung. Pada tahap pelaksanaan, pemagang berperan dalam mendukung jalannya acara di lapangan sesuai dengan konsep dan perencanaan yang telah disusun, termasuk memastikan alur kegiatan berjalan sesuai waktu dan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam peran *Event Director*, pemagang juga berfungsi

sebagai koordinator antar tim dan pengambil keputusan di lapangan untuk memastikan kelancaran acara. Menurut Silvers (2012), kemampuan pengambilan keputusan secara cepat dan adaptif merupakan kompetensi penting dalam manajemen event, terutama ketika menghadapi kendala teknis atau dinamika lapangan yang tidak terduga. Selain pelaksanaan, pemagang juga terlibat dalam proses evaluasi acara untuk menilai efektivitas pelaksanaan Mapring, mengidentifikasi kendala yang muncul selama kegiatan berlangsung, serta memberikan masukan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan konsep *event* di masa mendatang. Tahap evaluasi ini penting dalam siklus manajemen event karena berfungsi sebagai dasar pembelajaran dan pengembangan berkelanjutan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan tujuan awal acara dengan hasil pelaksanaan di lapangan, sehingga Mapring tidak hanya menjadi kegiatan sesaat, tetapi juga bagian dari proses revitalisasi desa yang berkelanjutan.

A. *Event Concept Development*

Dalam pelaksanaan kerja magang di Spedagi Movement, pemagang menjalankan jobdesk *Event Concept Development*. Sebagai tahap awal dalam perancangan acara Mapring (Malam Papringan). Pada tahap ini, pemagang bertanggung jawab dalam merumuskan konsep dasar *event* yang selaras dengan visi, misi, dan nilai-nilai Spedagi Movement sebagai gerakan revitalisasi desa. Pengembangan konsep dilakukan dengan mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat desa, sehingga *event* yang dirancang tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga memiliki makna dan tujuan sosial yang jelas (Getz, 2007).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



MAPRING

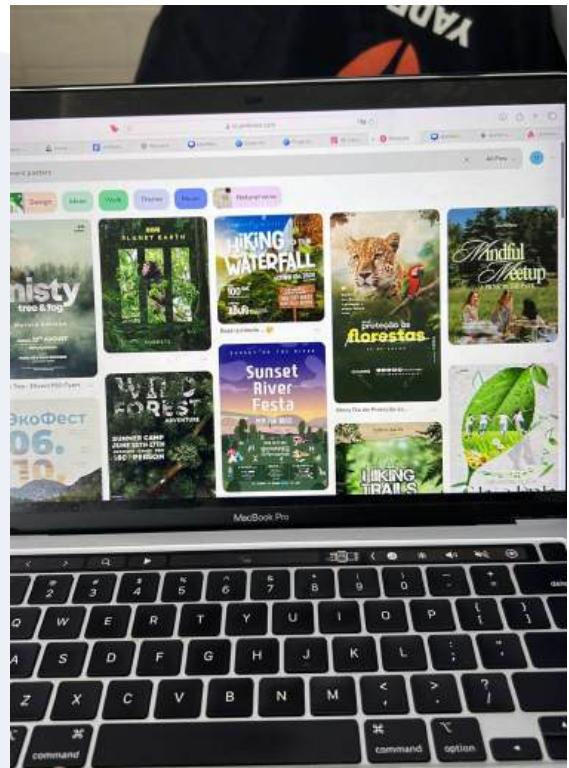
(Event Magang)

Akan ada 4 hal utama yaitu:

1. Makanan dari pasar papringan yang sudah dipaketkan
2. Daerah pameran photobook (dari teman kelompok lain)
3. Pentas seni yang terdiri atas 3 poin utama yaitu (Menari, pulsi, dan juga drama mungkin)
4. Ada juga spot photobooth (menggunakan kaca bu olim dari shena)

Flow

- Pukul 18.00 - 19.15 = Open gate, pengambilan makan sekaligus makan dan juga melihat pameran foto
- Pukul 19.15 - 20.00 = Pentas seni
- 20.00 - 21.00 = Pengunjung bebas untuk melihat pameran dan juga berjalan-jalan



Gambar 3.1 Proses Pembuatan Konsep Mapring

Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

Dalam proses pengembangan konsep, pemagang terlibat dalam penggalian ide kreatif yang berangkat dari konsep Pasar Papringan sebagai inspirasi utama. Mapring dirancang sebagai bentuk pengembangan konsep pasar yang dilaksanakan pada malam hari, dengan tujuan menghadirkan suasana interaksi sosial yang berbeda namun tetap mempertahankan nilai kesederhanaan, keberlanjutan, dan partisipasi komunitas. Proses ini mencerminkan pendekatan *community based event*, di mana masyarakat tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga bagian dari ekosistem acara (Getz, 2007).

Pemagang juga berperan dalam menentukan tujuan *event* dan merumuskan pesan utama yang ingin disampaikan melalui Mapring. Penentuan tujuan ini menjadi landasan dalam menyusun rangkaian acara yang terdiri dari kuliner, talkshow, pentas seni, dan pameran seni, sehingga setiap elemen acara memiliki keterkaitan dan fungsi yang saling mendukung. Penyusunan konsep yang terintegrasi ini sejalan dengan teori manajemen *event* yang menekankan pentingnya keselarasan antara tujuan, program, dan audiens sasaran (Goldblatt, 2014).

Dalam konteks komunikasi, pengembangan konsep *event* dipandang sebagai proses perancangan pengalaman yang berfungsi sebagai media penyampaian nilai dan identitas organisasi kepada publik. Melalui Mapring, Spedagi Movement menyampaikan pesan mengenai pentingnya ruang desa sebagai pusat aktivitas sosial, budaya, dan ekonomi yang bermartabat. Hal ini menunjukkan bahwa sebuah acara dapat berperan sebagai alat komunikasi strategis yang efektif dalam membangun pemaknaan dan keterlibatan audiens (Mulyana, 2010).

Melalui *jobdesk Event Concept Development*, pemagang memperoleh pemahaman mengenai pentingnya tahap konseptual dalam penyelenggaraan sebuah acara. Pengalaman ini menegaskan bahwa keberhasilan sebuah *event* sangat ditentukan oleh kekuatan konsep yang relevan, kontekstual, dan mampu diterjemahkan ke dalam perencanaan serta pelaksanaan yang berkelanjutan (Goldblatt, 2014).

B. *Event Planning & Coordination*

Dalam pelaksanaan kerja magang di Spedagi Movement, pemagang menjalankan *jobdesk Event Planning & Coordination* sebagai bagian penting dari proses penyelenggaraan acara Mapring (Malam Papringan). Jobdesk ini menempatkan pemagang pada tahap perencanaan dan pengorganisasian acara, dengan tujuan memastikan bahwa konsep *event* yang telah dirancang dapat

diwujudkan secara sistematis, terstruktur, dan sesuai dengan nilai-nilai yang diusung oleh Spedagi Movement sebagai gerakan revitalisasi desa (Goldblatt, 2014). Pada tahap perencanaan, pemagang terlibat dalam penyusunan aspek teknis acara Mapring, yang meliputi pembuatan rundown kegiatan, pengaturan alur waktu, serta identifikasi kebutuhan acara baik dari segi sumber daya manusia, teknis, maupun non-teknis (Bowdin et al., 2012). Perencanaan ini dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik Pasar Papringan sebagai inspirasi utama acara, sehingga Mapring dirancang sebagai kegiatan malam hari yang tetap mempertahankan nilai kesederhanaan, keberlanjutan, dan partisipasi komunitas desa (Getz, 2007). Empat rangkaian utama acara kuliner, *talkshow*, pentas seni, dan pameran seni disusun secara terintegrasi agar mampu menciptakan pengalaman acara yang baik bagi pengunjung (Getz, 2007).

FINAL					
Jam	Durasi	Kegiatan	Peralatan	PIC	Notes
11.00 - 15.00	240'	Persiapan Lampu, Dekorasi, Kursi, Meja, dan Booth Mc Latihan	Lampu Dekorasi Lampu Solar, Sound system (Mic, speaker) Meja Kursi Backdrop kain hitam Rigen	Delgo	
15.00 - 16.00	60'	Gladi bersih (MC latihan, flow registrasi) Persiapan Makanan	Mic Speaker	Delgo	Sudah ganti baju semaranya
16.00 - 17.00	60'	Prepare booth pameran, Mc Latihan, Persiapan Makanan		Delgo	
17.30 - 18.30	60'	Briefing, Doa, Persiapan		Delgo	
18.30 - 18.45	15'	Open Gate, Makan, Melihat pameran		Delgo	Joey dan Daniel bantu mengarahkan pengunjung masuk bersama Pak Yono
18.45 - 18.50	5'	Opening MC		Delgo	
18.50 - 18.55	5'	Opening Speech Mbak Wening		Delgo	
18.55 - 19.00	5'	Opening Speech Delgo		Delgo	
19.00 - 20.20	19.00 - 19.10	10'	Makan		Sambil makan sambil liat performance
	19.10 - 19.20	10'	Tarian Tim Tari "Asa Tani" (OVEN)	Elva	Transit di Mak Ottim
	19.20 - 19.30	10'	Pembukaan Puisi Teatrikal (MBA NELLA & MBA RIKKA)	Elva	Transit di Mak Ottim
	19.30 - 19.50	20'	Talkshow	Elva	Transit di Mak Ottim
	19.50 - 20.00	10'	Tarian Tim Tari "Idioskop Cakra Wangi" (CACCA)	Elva	Transit di Mak Ottim
20.00 - 20.20		20'	Closing		

Gambar 3.2 Rundown Mapring

Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

Selain perencanaan teknis, pemagang juga menjalankan fungsi koordinasi dengan pihak-pihak terkait dalam lingkup internal maupun komunitas. Koordinasi ini mencakup penyesuaian konsep acara dengan arahan supervisor serta komunikasi awal dengan pelaku UMKM kuliner (Bowdin et al., 2012). Melalui proses koordinasi tersebut, pemagang belajar memastikan keselarasan antara konsep acara, kebutuhan masing-masing pihak, dan kondisi lapangan, sehingga potensi kendala dapat diminimalkan sejak tahap perencanaan (Goldblatt, 2014).

Rencana Anggaran Biaya MAPRING									
EXPENSES				INCOME					
No	Rincian Kebutuhan	Jumlah	Biaya	Total	No	Rincian Kebutuhan	Jumlah	Biaya	Total
1	Lampu Solar	6	Rp250,000	Rp1,500,000	1	Sponsorship (FM)	8	Rp200,000	Rp1,600,000
2	Lampu Dekorasi	4	Rp70,000	Rp280,000	2	Pendaftaran Pengunjung	38	Rp50,000	Rp1,900,000
3	Konsumsi Pengunjung	55	Rp25,000	Rp1,375,000					
4	Parkir Pak Yono	4	Rp50,000	Rp200,000					
5	Konsumsi Talent	11	Rp25,000	Rp275,000					
6	Biaya Tambahan	1	Rp500,000	Rp500,000					
7	Hadiah Apresiasi Talent	12	Rp20,000	Rp240,000					
Jumlah			Rp4,370,000		Jumlah			Rp3,500,000	
NETT					-Rp870,000				

Gambar 3.3 Rancangan Anggaran Biaya Mapring

Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

Jobdesk *Event Planning & Coordination* yang dijalankan pemagang sejalan dengan tahapan penyelenggaraan *event* yang dikemukakan oleh Joe Goldblatt, yang menyatakan bahwa perencanaan *event* mencakup proses perumusan tujuan, perancangan program, pengorganisasian sumber daya, serta koordinasi antar pemangku kepentingan sebelum acara dilaksanakan (Goldblatt, 2014). Dalam konteks Mapring, perencanaan dan koordinasi menjadi elemen krusial karena acara ini tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga memiliki fungsi sosial dan kultural sebagai ruang interaksi dan pemberdayaan masyarakat desa (Getz, 2007).

Dengan menjalankan jobdesk ini, pemagang memperoleh pemahaman praktis mengenai pentingnya perencanaan dan koordinasi dalam penyelenggaraan *event* berbasis komunitas. Proses ini menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah *event* tidak hanya ditentukan oleh kreativitas konsep, tetapi juga oleh kemampuan

dalam mengelola waktu, sumber daya, serta hubungan antar pihak yang terlibat secara efektif dan berkelanjutan (Bowdin et al., 2012)

C. Event Execution & Evaluation

Dalam pelaksanaan kerja magang di Spedagi Movement, pemagang menjalankan *jobdesk Event Execution & Evaluation* sebagai tahap lanjutan dari proses perencanaan acara Mapring (Malam Papringan). Pada tahap ini, pemagang berperan dalam mendukung pelaksanaan *event* di lapangan agar kegiatan dapat berjalan sesuai dengan konsep, tujuan, dan alur acara yang telah dirancang sebelumnya (Goldblatt, 2014).

Selama pelaksanaan acara Mapring, pemagang terlibat dalam memastikan keterlaksanaan empat rangkaian utama acara, yaitu kuliner, talkshow, pentas seni, dan pameran seni, agar berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Dukungan pelaksanaan ini mencakup pengawasan alur kegiatan, penyesuaian teknis di lapangan, serta membantu koordinasi antar pihak yang terlibat selama acara berlangsung (Bowdin et al., 2011). Peran ini menjadi penting mengingat Mapring merupakan *event* berbasis komunitas yang melibatkan banyak elemen masyarakat desa dan mengandalkan fleksibilitas dalam pelaksanaannya (Getz, 2007).

Selain mendukung pelaksanaan acara, pemagang juga terlibat dalam proses evaluasi acara sebagai bagian dari *jobdesk* ini. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas penyelenggaraan acara Mapring dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik dari segi alur kegiatan, partisipasi masyarakat, maupun kesesuaian *event* dengan nilai-nilai Spedagi Movement (Goldblatt, 2014). Proses evaluasi ini juga mencakup identifikasi kendala yang muncul selama pelaksanaan acara serta pengamatan terhadap respons dan keterlibatan pengunjung (Getz, 2007).

Melalui tahapan evaluasi, pemagang memberikan masukan dan refleksi sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan dan pengembangan *event*

selanjutnya. Evaluasi dipandang sebagai bagian penting dalam manajemen *event* karena berfungsi sebagai alat pembelajaran organisasi dan peningkatan kualitas penyelenggaraan acara di masa mendatang (Bowdin et al., 2011). Dalam konteks Spedagi Movement, evaluasi acara Mapring juga berperan untuk memastikan bahwa *event* yang diselenggarakan tetap relevan sebagai media komunikasi, pemberdayaan komunitas, dan penguatan identitas desa (Mulyana, 2010).



Gambar 3.4 Acara Mapring

Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

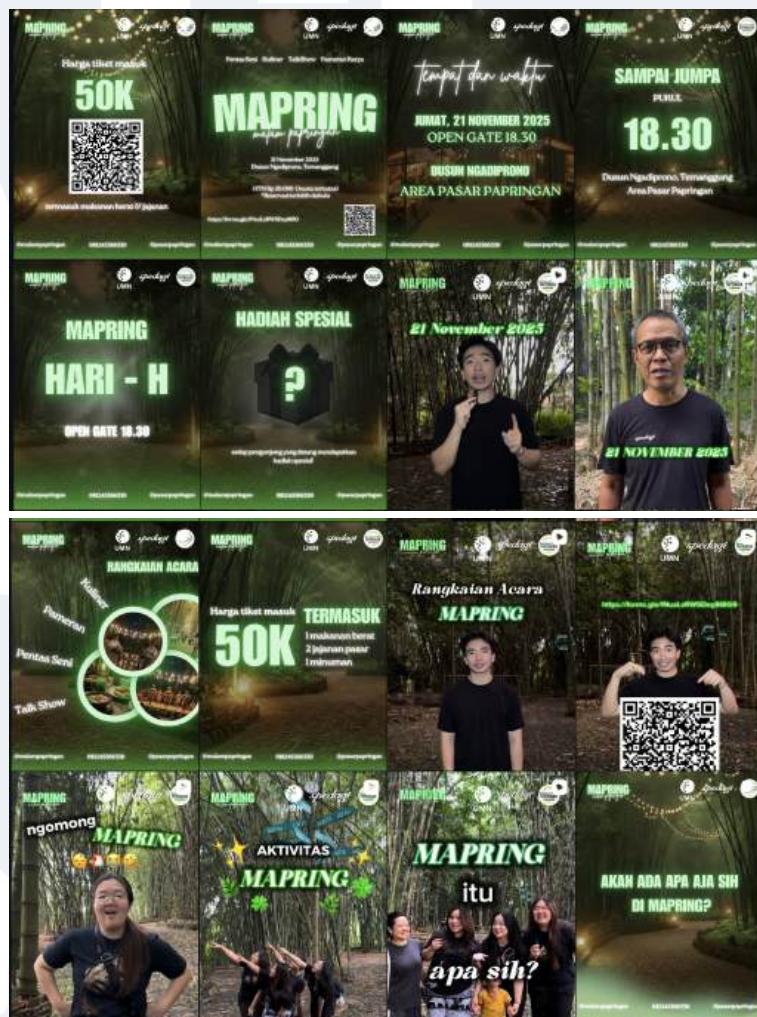
Dengan menjalankan *jobdesk Event Execution & Evaluation*, pemagang memperoleh pengalaman langsung dalam memahami bahwa keberhasilan sebuah *event* tidak hanya ditentukan oleh perencanaan yang matang, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengelola dinamika lapangan serta melakukan evaluasi secara reflektif dan berkelanjutan (Getz, 2007).

D. Social Media Marketing & Content Creator

Dalam pelaksanaan kerja magang di Spedagi Movement, pemagang juga menjalankan *jobdesk Social Media Marketing & Content Creator* sebagai bagian dari strategi komunikasi dan promosi acara Mapring (Malam Papringan). Pada *jobdesk* ini, pemagang bertanggung jawab dalam mengelola akun media sosial Mapring serta memproduksi konten digital yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pemahaman publik terhadap konsep serta rangkaian acara Mapring (Kotler & Keller, 2016). Pemagang menangani proses pembuatan konten visual dan audiovisual berupa konten video dan konten *feeds*, yang digunakan sebagai media promosi sekaligus sarana penyampaian informasi terkait pelaksanaan Mapring. Konten yang dibuat tidak hanya berfokus pada aspek promosi acara, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai yang diusung oleh Spedagi Movement, seperti keberlanjutan, partisipasi komunitas, dan pelestarian budaya lokal. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *content marketing*, di mana konten dirancang untuk memberikan nilai informatif dan membangun hubungan jangka panjang dengan audiens. Konten yang dibuat dipublikasikan pada *platform* instagram @malampapringan (Pulizzi, 2014).

Dalam perancangan konten, pemagang menyesuaikan pesan, gaya visual, dan narasi dengan karakteristik audiens yang menjadi sasaran Mapring. Konten digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai waktu dan lokasi acara, rangkaian kegiatan utama, serta latar belakang konsep Mapring sebagai salah satu hasil dari Pasar Papringan yang menjadi referensinya. Penyesuaian konten dengan audiens ini sesuai dengan prinsip komunikasi pemasaran digital yang menekankan pentingnya relevansi pesan dan konsistensi identitas brand (Tuten & Solomon,

2017). Selain produksi konten, pemagang juga berperan dalam merencanakan distribusi konten melalui media sosial sebagai bagian dari strategi promosi *event*. Media sosial dimanfaatkan sebagai kanal komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya interaksi antara penyelenggara dan audiens, sekaligus sebagai sarana untuk membangun antusiasme menjelang pelaksanaan acara. Peran media sosial dalam promosi *event* dinilai efektif karena mampu menjangkau audiens secara luas dan real-time (Kaplan & Haenlein, 2010).



Gambar 3.5 Konten Sosial Media Mapring

Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

Melalui *jobdesk Social Media Marketing & Content Creator*, pemagang memperoleh pengalaman praktis dalam mengintegrasikan strategi komunikasi digital dengan penyelenggaraan *event* berbasis komunitas. Pengalaman ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai medium edukasi dan penyebaran informasi yang mampu memperkuat identitas *event* serta nilai-nilai yang diusung oleh Spedagi Movement (Kotler & Keller, 2016).

E. Sponsorship

Dalam pelaksanaan kerja magang di Spedagi *Movement*, pemagang juga menjalankan *jobdesk Sponsorship & Partnership* sebagai bagian dari strategi pendukung penyelenggaraan acara Mapring (Malam Papringan). Pada *jobdesk* ini, pemagang bertanggung jawab dalam mencari, menjalin, dan mengelola kerja sama dengan pihak sponsor dan media partner guna mendukung kebutuhan pendanaan serta memperluas jangkauan publikasi acara (Masterman, 2014). Dalam proses pencarian sponsor, pemagang melakukan identifikasi terhadap *brand* dan pelaku usaha yang relevan dengan konsep Mapring dan nilai-nilai yang diusung oleh Spedagi Movement. Pendekatan dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian antara citra *brand* sponsor dengan karakter *event* berbasis komunitas dan keberlanjutan. Aktivitas ini sejalan dengan konsep *strategic sponsorship*, di mana kerja sama dibangun atas dasar keselarasan nilai antara penyelenggara acara dan sponsor (Cornwell, 2008).

Pemagang terlibat dalam penyusunan penawaran kerja sama sponsorship serta melakukan komunikasi langsung dengan calon sponsor. Melalui proses tersebut, pemagang berhasil memperoleh dukungan dana (*fresh money*) sebesar Rp200.000 per *brand*, dengan total 8 *brand* sponsor, yaitu Rumah Makan Seafood Losari, Jasmine Aromatic House, La Nusa Bali Spa, Kopi Nikmat, Kay Grounds, Go Billiard Store, Nailycure Studio, dan Seonmul, serta menjalin kerja sama dengan UMN Radio sebagai media partner. Capaian ini menunjukkan peran sponsorship sebagai salah satu sumber pendanaan penting dalam penyelenggaraan

event (Masterman, 2014). Semua dana sponsor yang sudah didapatkan dan dikumpulkan digunakan untuk membeli lampu solar yang menjadi salah satu sumber cahaya utama pada acara Mapring.



Gambar 3.6 Sponsor dan *Media Parnter* Mapring

Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

Selain memperoleh dukungan dana, pemagang juga melakukan koordinasi dengan sponsor dan media partner terkait implementasi kerja sama selama acara berlangsung. Koordinasi ini meliputi penempatan logo sponsor, menyebutkan sponsor dalam rangkaian acara, serta integrasi sponsor dalam materi promosi Mapring, baik secara langsung di lokasi acara maupun melalui media sosial. Praktik ini sesuai dengan teori sponsorship activation, yang menekankan

pentingnya aktivasi sponsor agar kerja sama memberikan manfaat timbal balik bagi kedua belah pihak (Cornwell, 2008).



Gambar 3.7 Lampu Solar

Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

Dalam konteks komunikasi, kerjasama sponsorship dan media partnership dipandang sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran terpadu (integrated marketing communication), di mana sponsor dan media partner berperan dalam memperluas jangkauan pesan acara kepada publik yang lebih luas (Kotler & Keller, 2016). Kehadiran UMN Radio sebagai media partner turut mendukung penyebaran informasi mengenai Mapring, sekaligus memperkuat kredibilitas acara di mata audiens. Melalui *jobdesk Sponsorship & Partnership*, pemagang memperoleh pengalaman praktis dalam membangun relasi profesional, melakukan negosiasi, serta mengelola kerja sama eksternal dalam penyelenggaraan *event*. Pengalaman ini menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah *event* tidak hanya bergantung pada konsep dan pelaksanaan, tetapi juga pada kemampuan penyelenggara dalam membangun jejaring dan dukungan dari pihak eksternal secara strategis (Kotler & Keller, 2016).

3.2.3 Kendala Utama

Selama menjalankan aktivitas magang selama 640 jam di Spedagi Movement dalam menjalankan acara Mapring ada beberapa kendala yang dialami oleh pemagang, sebagai berikut :

1. Harga tiket yang kurang sesuai dengan target audiens
harga tiket masuk yang ditawarkan dalam rangkaian acara Mapring dinilai kurang sesuai dengan daya beli sebagian target audiens, sehingga berpotensi menurunkan minat transaksi dan partisipasi pengunjung
2. Faktor Cuaca (Hujan)
Pelaksanaan Mapring yang dilakukan pada malam hari menghadapi kendala cuaca berupa hujan, yang mempengaruhi kenyamanan pengunjung serta kelancaran beberapa rangkaian acara
3. Kurangnya Komunikasi kepada Target Audiens
Informasi mengenai konsep, waktu, dan rangkaian acara Mapring belum sepenuhnya tersampaikan secara optimal kepada target audiens, sehingga tingkat *awareness* dan pemahaman publik masih terbatas.
4. Kurangnya Briefing kepada Anggota Tim
Briefing yang belum maksimal kepada anggota tim menyebabkan adanya perbedaan pemahaman terkait alur acara, pembagian tugas, dan tanggung jawab selama pelaksanaan *event*.
5. Floor plan yang kurang sesuai
Penataan area acara (floor plan) dinilai kurang optimal sehingga mempengaruhi alur pergerakan pengunjung dan keterhubungan antar rangkaian acara.
6. Eksekusi Acara yang Belum Sepenuhnya Sesuai dengan Perencanaan
Beberapa aspek pelaksanaan acara di lapangan belum berjalan sepenuhnya

sesuai dengan konsep dan perencanaan awal, baik dari segi waktu maupun teknis.

3.2.4 Solusi

Solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut adalah dengan :

1. Pada penyelenggaraan *event* selanjutnya, diperlukan pemetaan target audiens yang lebih jelas sejak tahap perencanaan konsep, termasuk penyesuaian rentang harga produk dengan karakteristik pengunjung. Selain itu, dapat diterapkan strategi variasi harga atau paket bundling untuk memberikan lebih banyak pilihan bagi pengunjung.
2. Menggunakan payung dan juga jas hujan yang disediakan untuk pelapak dan juga untuk para tamu agar tidak kehujanan.
3. Dilakukan penguatan strategi komunikasi dan promosi, khususnya melalui media sosial dan media partner, dengan pesan yang lebih jelas, konsisten, dan terjadwal. Pemanfaatan konten informatif serta pengulangan pesan komunikasi dapat meningkatkan pemahaman dan minat audiens.
4. Diperlukan pelaksanaan briefing yang lebih terstruktur sebelum acara berlangsung, disertai pembagian tugas tertulis dan penjelasan alur kerja yang jelas. Selain itu, *meeting* dan simulasi singkat dapat membantu menyamakan pemahaman seluruh anggota tim.
5. Pada *event* selanjutnya, perencanaan floor plan perlu disesuaikan dengan jumlah tenant, alur pengunjung, serta fungsi masing-masing area. Pembuatan denah acara sejak awal dan uji coba alur pengunjung dapat membantu meningkatkan efektivitas tata ruang.
6. Diperlukan penguatan koordinasi dan pengawasan selama pelaksanaan acara, termasuk penunjukan koordinator lapangan yang bertugas memastikan kesesuaian antara rencana dan eksekusi. Evaluasi pasca-acara juga perlu dilakukan secara menyeluruh sebagai bahan perbaikan untuk *event* selanjutnya.