

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

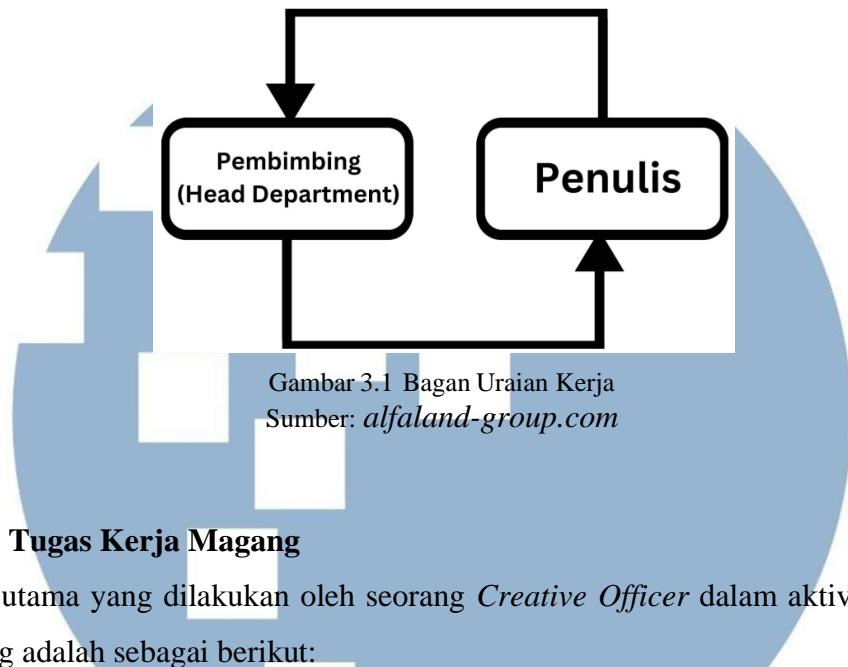
#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama pelaksanaan praktik kerja magang di *AlfaLand Group*, mahasiswa magang ditempatkan pada Divisi *Research & Creative*, yang memiliki peran strategis sebagai *Creative Officer* dalam mendukung kegiatan *event management* perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan magang, mahasiswa magang berada di bawah pengawasan dan arahan langsung dari *supervisor* utama yaitu Ibu Jeany Febriani Darmanto. *Supervisor* memberikan bimbingan, pengarahan, serta evaluasi terhadap tugas-tugas yang diberikan sehingga mahasiswa magang dapat memahami alur kerja, menyesuaikan diri dengan budaya perusahaan, serta memenuhi standar kerja yang ditetapkan.

#### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Mahasiswa magang diarahkan langsung oleh *supervisor* atau pembimbing, *Senior Manager (SM)*. Mahasiswa magang bertanggung jawab dalam merancang dan mengelola berbagai aktivitas yang berfokus pada perencanaan dan pelaksanaan kegiatan *event*, baik yang bersifat internal maupun eksternal dengan tujuan membangun citra perusahaan serta meningkatkan efektivitas promosi dan komunikasi. Instruksi dan informasi biasanya disampaikan dari *supervisor* kepada *Operational Manager*, lalu kemudian diteruskan kepada mahasiswa magang.

Selain berkoordinasi dengan supervisor utama, mahasiswa magang juga terlibat dan bekerja sama dengan Tim *Marketing Communication*, yaitu tim yang berfokus pada strategi pemasaran perusahaan melalui berbagai aktivitas komunikasi pemasaran, baik internal maupun eksternal, untuk mengembangkan citra serta meningkatkan efektivitas promosi produk dan layanan. Dalam tim ini, mahasiswa magang banyak berkoordinasi dengan para senior dan atasan melalui *supervisor* yang memberikan arahan teknis terkait konsep, persiapan, hingga pelaksanaan kegiatan *event* atau proyek.



### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Creative Officer* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

<b>Event Management</b>	Bertanggung jawab dalam membuat berbagai jenis desain untuk berbagai <i>event</i> yang diadakan.
<b>Creative Production Management</b>	Bertanggung jawab untuk melakukan berbagai jenis mendokumentasikan dalam setiap <i>event</i> atau <i>project</i>

Tabel 3.1 Tugas Utama *Creative Officer*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama 6 bulan dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan eksekusi yang melibatkan banyak pihak. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *Creativity*.

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Creative Officer* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

#### A. Event Management

Selama berlangsungnya suatu *event*, *Creative Officer* melakukan proses dalam perencanaan berbagai desain untuk mendapatkan insight dari hasil riset yang telah didapatkan bersama dengan tim Departemen *Research & Creative*. Menurut Goldblatt (2014), *event management* itu sendiri merupakan suatu

proses strategis yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta evaluasi sebuah acara yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu, baik dalam konteks komunikasi, pemasaran, maupun hubungan publik. *Event management* menekankan pada integrasi antara konsep kreatif, manajemen sumber daya, pengelolaan risiko, serta pengalaman audiens agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima secara efektif.



Gambar 3.2 Main Poster Event AlfaLand Pride Day HalloWIN

Sumber: Dokumen Pribadi (2025)



Gambar 3.3 Main Poster Event Gema Merdeka AlfaLand

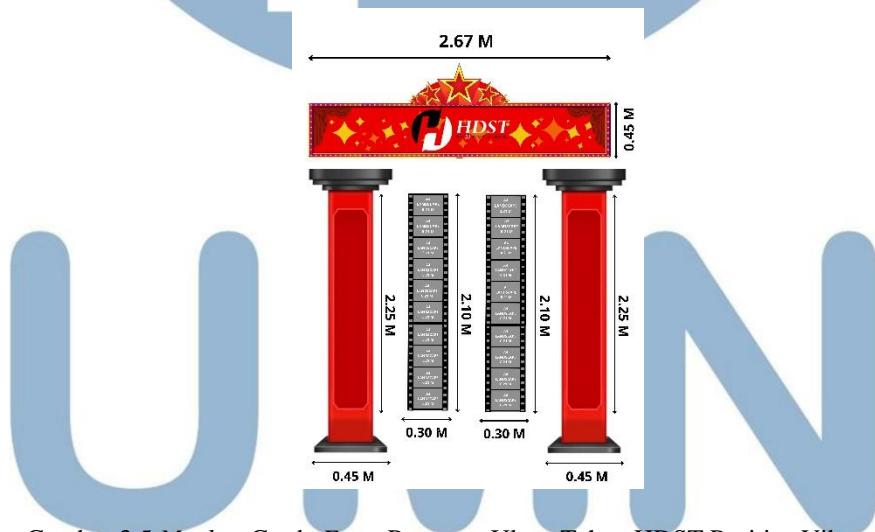
Sumber: Dokumen Pribadi (2025)

Sebagai bagian dari tim *Creative*, mahasiswa magang turut berkontribusi dalam penyusunan konsep atau desain properti untuk berbagai kegiatan yang akan dilaksanakan. Konsep yang disusun tersebut dijadikan sebagai gambaran atau *mockup* untuk disampaikan ke *supervisor* dalam menentukan keputusan.



Gambar 3.4 *Mockup* Landyard & PIN Gema Merdeka AlfaLand

Sumber: Dokumen Pribadi (2025)



Gambar 3.5 *Mockup* Gardu Event Perayaan Ulang Tahun HDST Positive Vibes

Sumber: Dokumen Pribadi (2025)

Pelaksanaan *event management* selama proses kerja magang memiliki perbedaan dengan pembelajaran yang diperoleh dalam mata kuliah *Event Management* di bangku perkuliahan. Dalam lingkungan kerja profesional, pengelolaan *event* dilakukan berdasarkan standar operasional perusahaan dan

pendekatan terintegrasi yang berorientasi pada tujuan divisi, citra merek, serta kepuasan pemangku kepentingan. Sementara itu, praktik *event management* dalam perkuliahan cenderung bersifat konseptual dan simulatif, dengan penekanan pada pemahaman teori dasar, perancangan konsep acara, serta pembagian peran secara akademis.

#### **B. Creative Production**

Mahasiswa magang juga berperan dalam membantu pembuatan materi promosi, seperti foto dan video *event* serta konten pendukung lainnya yang digunakan baik sebelum, selama, dan setelah pelaksanaan kegiatan. Mahasiswa magang terlibat dalam penyusunan *event highlight* ataupun *behind the scene*, yaitu kumpulan momen kegiatan yang disusun selama *event* dilaksanakan sebagai bentuk dokumentasi.



Gambar 3.6 Proses Pengambilan Video Proyek *President Director Message*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 3.7 Proses Pengambilan Scene Event *HDST Positive Vibes*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Dalam penyelenggaraan *event*, penerapan konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC) memiliki peran penting dalam meningkatkan tingkat kesadaran publik terhadap program yang dijalankan sekaligus memperkuat citra organisasi. Penerapan IMC mencakup tiga tahapan utama, yaitu *pra-event*, pelaksanaan *event*, dan *pasca-event*, yang saling terintegrasi untuk menciptakan komunikasi yang efektif serta mendukung pengambilan keputusan strategis pada kegiatan pemasaran selanjutnya (Adikristanto & Angelita, 2024).

Melalui keterlibatan tersebut, mahasiswa magang memperoleh pemahaman yang lebih nyata mengenai proses persiapan teknis yang menjadi bagian penting dalam penyelenggaraan *event* sebagai salah satu strategi untuk menaikan citra perusahaan. Sebagai bentuk dokumentasi, mahasiswa magang melampirkan salah satu hasil pekerjaan yang menunjukkan keterlibatan mahasiswa sebagai bagian dari tim *Creative Media Production, Research & Creative* di PT. Perkasa Internusa Mandiri

### ***C. Performers***

Selama pelaksanaan kegiatan *event*, mahasiswa magang juga turut berperan aktif dalam mendukung suasana acara agar lebih menarik dan interaktif. Salah satu bentuk kontribusi yang dilakukan adalah keterlibatan mahasiswa magang sebagai *performer* untuk menampilkan kemampuan yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan acara. Dalam konteks komunikasi, performa merujuk pada tingkat efektivitas penyampaian pesan yang mencakup kejelasan pesan (*clarity*), kesesuaian isi pesan dengan tujuan dan konteks acara (*accuracy*), kemampuan pesan dalam memberikan pengaruh kepada audiens (*impact*), serta cara penyampaian yang meliputi aspek vokal, bahasa tubuh, dan visual (*delivery*).

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**



Gambar 3.8 *Performance Event Gema Merdeka AlfaLand*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 3.9 *Performance Event HDST Positive Vibes*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Dalam pelaksanaannya, mahasiswa magang dituntut untuk menyesuaikan gaya dan cara penyampaian pesan dengan tema *event* yang sedang berlangsung, serta memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, menarik perhatian audiens, dan bersifat persuasif sehingga mampu mendukung tujuan komunikasi *event* secara keseluruhan. Tugas ini memberi kesempatan bagi mahasiswa magang untuk mengasah kemampuan baik akademis maupun non akademis terutama dalam bidang *public speaking*.

### 3.2.3 Kendala Utama

Selama proses praktik kerja magang, mahasiswa magang menghadapi kendala yang mempengaruhi kelancaran pekerjaan. Kendala yang dihadapi yaitu terbatasnya waktu yang diberikan. Mahasiswa magang diberikan tugas oleh supervisor untuk

menjalankan 3 *event* sekaligus dengan tenggat waktu yang saling berdekatan. Karena hanya memiliki tenggat waktu yang sedikit, mahasiswa magang harus mencari solusi agar dapat menyelesaikan tugas dalam menyusun ide dan konsep seluruh *event* tersebut. Selain itu, mahasiswa magang kerap mendapatkan tugas yang cukup mendadak seperti misalnya ditugaskan untuk membantu bu Jeany selaku supervisor dalam melengkapi materi presentasi mengenai *Public Speaking* baik berupa materi visual maupun non- visual.

### 3.2.4 Solusi

Selama pelaksanaan praktik kerja magang, mahasiswa magang menghadapi beberapa kendala, diantaranya keterbatasan waktu yang diberikan serta tugas yang cukup mendadak. Meskipun demikian, mahasiswa magang tetap berupaya menjaga sikap profesional dengan menyesuaikan diri terhadap kondisi yang ada dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan setiap tugas yang diberikan. Dalam mengatasi kendala tersebut, pertama, mahasiswa magang secara proaktif mencari alternatif cara kerja untuk mengklasifikasikan setiap tugas berdasarkan tingkat urgensi dan dampaknya terhadap jalannya proyek atau *event*. Tugas dengan tenggat waktu paling dekat dan berdampak langsung pada pelaksanaan *event* harus menjadi prioritas utama, sementara tugas lain dapat dikerjakan secara bertahap. Kedua, untuk mengantisipasi tugas mendadak, mahasiswa magang menyisihkan *buffer time* seperti pada saat jam istirahat dalam jadwal kerja mingguan. Waktu cadangan ini dapat digunakan untuk menyelesaikan tugas tambahan, seperti membantu penyusunan materi presentasi *Public Speaking*, tanpa mengganggu progres proyek utama. Upaya ini dilakukan dengan tujuan memastikan setiap pekerjaan dapat diselesaikan sesuai tenggat waktu, dikomunikasikan secara efektif kepada pihak terkait, serta memenuhi standar kualitas dan ketentuan yang ditetapkan oleh perusahaan, sehingga tidak mengganggu kinerja tim maupun pencapaian target divisi secara keseluruhan.