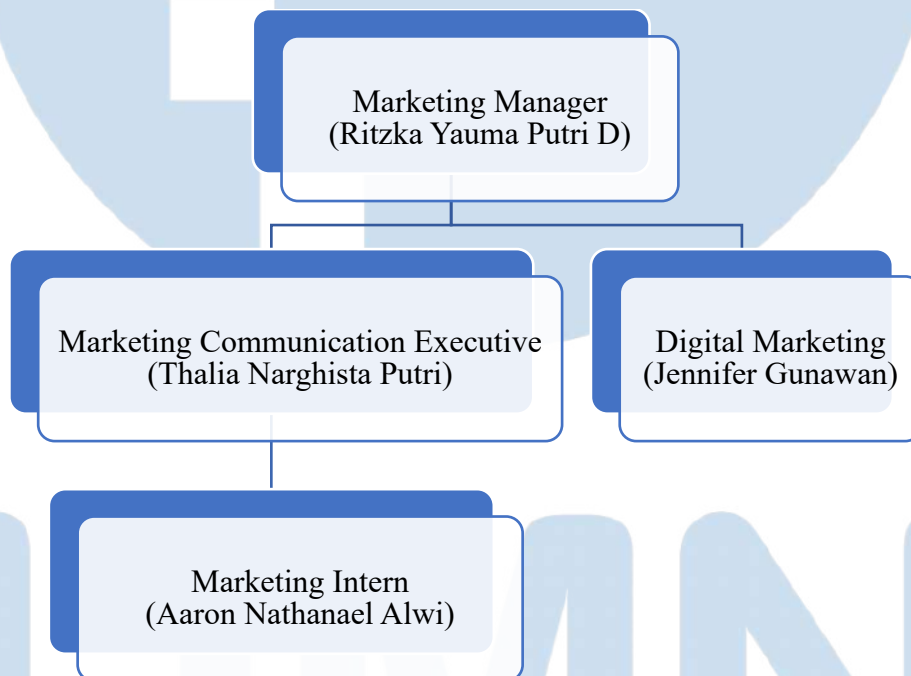


### BAB III

## PELAKSANAAN KERJA MAGANG

### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Praktik kerja magang yang dijalankan oleh penulis di perusahaan Jakarta Aquarium & Safari (JAQS) berlangsung pada divisi marketing. Selama proses praktik kerja magang berlangsung, penulis dibimbing oleh Ritzka Yauma selaku Marketing Manager untuk membantu berbagai tugas dan peran dari divisi Marketing Jakarta Aquarium & Safari (JAQS). Departemen Marketing Jakarta Aquarium & Safari (JAQS) terbagi menjadi 3 bagian utama, yaitu Digital Marketing, Marketing Communication Executive, dan Graphic Designer. Namun, penulis cenderung lebih sering mendapatkan tugas dari Marketing Communication Executive.



Gambar III.1 Alur Komunikasi Kerja Magang  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Dalam proses praktik kerja magang, penulis mendapatkan berbagai insight dan pengetahuan, khususnya dalam dunia kerja yang tentunya sangat bermanfaat dan berguna. Selain itu, penulis merasa dilibatkan dalam berbagai keputusan dalam departemen marketing. Dalam beberapa kondisi, penulis diberikan ruang atau kebebasan untuk menggali kemampuan serta kreativitas seperti pada saat merancang ide konsep event & brand activation, ide campaign, membuat konsep konten dan mengeksekusi sebuah konten. Kemudian hasilnya akan melalui proses review serta akan dibahas bersama tim Marketing.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Menurut (Lee & Goldblatt, 2020), di dalam proses suatu aktivitas event management ada 5 tahap utama yang menjadi kunci keberhasilan penyelenggaraan sebuah event. Tahapan-tahapan tersebut adalah *concept*, *coordination*, *control*, *culmination*, dan *closeout*. *Concept* merupakan tahap awal dalam perencanaan event, di mana ide dasar dan tujuan utama event dirumuskan secara jelas. Pada tahap ini, penyelenggara menentukan tujuan event, target audiens, tema, pesan utama, serta nilai yang ingin disampaikan. *Coordination* adalah proses mengorganisasi seluruh pihak yang terlibat di dalam penyelenggaraan event. Pada tahap ini, penyelenggara melakukan pembagian tugas, menjalin kerja sama dengan pihak internal maupun eksternal, bersamaan dengan dilakukannya penyusunan *timeline* yang terstruktur.

*Control* adalah tahapan yang fokusnya ada pada pengawasan dan pengendalian seluruh aktivitas event agar tetap berjalan sesuai dengan perencanaan. Pada fase ini, penyelenggara melakukan *monitoring* terhadap anggaran, jadwal, pelaksanaan. *Culmination* merupakan tahap puncak pelaksanaan *event*. Pada tahap ini, seluruh elemen event akan dijalankan dengan bersamaan. Keberhasilan tahap ini sangat bergantung pada kualitas perencanaan dan koordinasi sebelumnya. *Closeout* adalah tahap terakhir setelah *event* selesai dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap pelaksanaan event. Selain itu, pada tahapan ini penyelenggara juga menyelesaikan administrasi, laporan akhir hingga dokumentasi acara.

#### 3.2.1 Tugas dan Kerja Magang

Selama menjalani proses praktik kerja magang selama 640 jam di Jakarta Aquarium & Safari (JAQS), penulis mengerjakan berbagai jenis tugas yang mencakup tahap perencanaan hingga implementasi kegiatan. Seluruh proses kerja tersebut melibatkan kolaborasi dengan berbagai pihak untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Sebagai bagian dari divisi marketing communication, penulis menjalankan beragam tugas yang menjadi bagian dari jobdesk marketing *communication intern*, dengan fokus utama pada fungsi *event management*, mulai dari perancangan konsep dan tema, pengawasan jalannya persiapan, hingga pelaksanaan evaluasi kegiatan sebagai bentuk dukungan terhadap aktivitas pemasaran PT. Jakarta Aquarium & Safari. Berikut adalah penjelasan terkait tugas-tugas tersebut:

Jenis Pekerjaan	Uraian
<b><i>Event Management</i></b> <i>(The 5C's of Event Management)</i>	<p>Penulis bertanggung jawab dalam berbagai tahapan dan proses perancangan acara. Penulis bertugas untuk merancang konsep dan tema event sesuai dengan tujuan komunikasi Perusahaan. Perancangan konsep ini dilakukan dengan mempertimbangkan target audiens, pesan yang ingin disampaikan, serta momen pelaksanaan event agar selaras dengan strategi pemasaran yang telah ditetapkan. Dalam prosesnya, penulis melakukan koordinasi dengan pihak internal maupun eksternal.</p> <p>Selain tahap perencanaan dan koordinasi, penulis ikut mengawasi kesiapan teknis dan operasional sebelum dan selama event berlangsung. Penulis juga terlibat langsung dalam pelaksanaan event serta melakukan evaluasi setelah kegiatan selesai untuk menilai tingkat keberhasilan event, mengidentifikasi kendala yang muncul, dan menjadi bahan pembelajaran bagi penyelenggaraan event selanjutnya.</p>

Tabel III.1 Tugas Utama Marketing Communication Intern

Sumber: Catatan pribadi penulis (2025)

<b><i>Content Creator</i></b>	<p>Penulis juga memiliki tugas tambahan dalam mengurus aktivitas <i>content creator</i>. Tugas tersebut meliputi penyusunan <i>editorial plan</i> serta pengumpulan referensi konten sebagai acuan pembuatan materi komunikasi yang sesuai dengan strategi pemasaran.</p> <p>Dalam tahap produksi, penulis terlibat langsung dalam <i>content shooting</i>, berperan sebagai talent konten, serta membantu proses pengambilan gambar sebagai <i>assistant director</i>. Keterlibatan ini bertujuan untuk mendukung kelancaran produksi konten dan memastikan hasil konten sesuai dengan konsep yang telah direncanakan.</p>
-------------------------------	---

<b><i>KOL Specialist</i></b>	<p>Penulis juga membantudalam mendukung aktivitas promosi Jakarta Aquarium &amp; Safari, salah satunya adalah melakukan kurasi <i>Key Opinion Leader</i> (KOL) berdasarkan kesesuaian dengan karakter brand, target audiens, serta tujuan kampanye yang sedang dijalankan.</p> <p>Setelah melalui tahap kurasi, penulis mendapatkan tugas untuk menghubungi KOL terpilih untuk menjalin kerja sama. Proses ini dilakukan dengan mengomunikasikan konsep kolaborasi dan benefit yang ditawarkan.</p>
------------------------------	---

Tabel III.2 Tugas tambahan Marketing Communication Intern  
Sumber: Catatan pribadi penulis, 2025

Tugas	Tahapan		September				Oktober					Nov				Des		
			1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3
Tugas utama	Pre-Production	Concept																
		Coordination																
		Control																
	Production	Culmination																
Tugas Tambahan	Content Creator	Closeout																
		Menyusun editorial plan																
		Mengumpulkan referensi																
		Contet shooting																
		Talent Video																
	KOL Specialist	Assistant Director																
		Kurasi KOL																
		Approach KOL																

Tabel III.3 Timeline Kerja Magang Marketing Communication Intern  
Sumber: Catatan pribadi penulis, 2025

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh penulis sebagai content creator intern dalam proses kerja magang adalah sebagai berikut:

#### 3.2.2.1 *Concept*

Proses ini merupakan langkah awal yang akan menjadi dasar dari keberlangsungan sebuah event. Tahap ini memastikan bahwa event punya konsep yang jelas dan sesuai dengan tujuan dari brand tersebut. Selama proses kerja magang pada PT Jakarta Aquarium Indonesia, ada berbagai event yang dijalankan sebagai bagian dari strategi pemasaran yang dilakukan. Maka dari itu, ada berbagai proses perancangan event yang dilakukan.

- *Stellar Path*

Di dalam rangka tema *halloween*, Jakarta Aquarium & Safari perlu untuk menciptakan pengalaman yang juga relevan bagi pengunjung. Maka dari itu, salah satu kiat nya adalah dengan menciptakan konsep dan tema yang otentik. Walaupun mengambil tema *halloween*, namun tema yang di *apply* harus tetap *general* dan *family friendly*. Adapun tema yang dipilih adalah “Stellar Path”. Pada kesempatan ini, penulis berperan dalam proses *ideation* dan *brainstorming* untuk menentukan elemen, *color palette*, desain dekorasi, hingga aktivitas pengunjung.

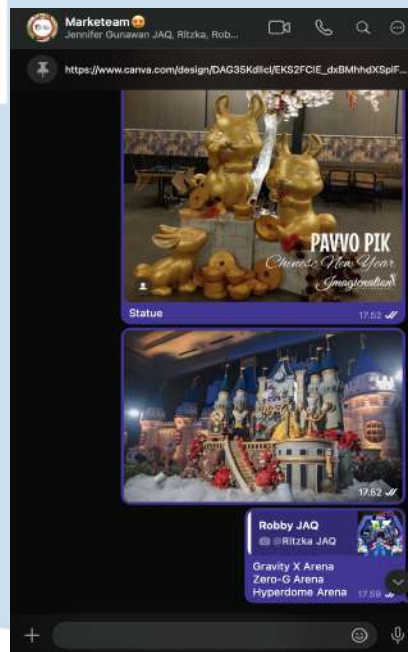


Gambar III.2 Konsep & tema zona  
Sumber: Data Perusahaan, 2025

Pada periode halloween 2025, dari banyaknya ide yang dicetuskan, maka terpilih tema “Stellar Path”. Tema ini dipilih karena paling cocok dengan karakteristik yang ingin dijaga jaqs yaitu family friendly. Tema Stellar Path dihadirkan sebagai alternatif konsep Halloween yang lebih aman, menyenangkan, dan inklusif.



Ide besar dari tema ini dibawa oleh marketing manager yang kemudian disempurnakan dan dilengkapi oleh marketing communication executive dan penulis sebagai intern. Penulis berperan dalam generate mockup visual dengan bantuan AI, sesuai dengan konsep yang dituju. Penulis juga berperan dalam mengusulkan ide-ide nama bagi setiap elemen dari tema ini seperti *Zero-G arena*, *Catch the Greenie*, dan *Twinz Wall*.



Gambar III.3 Pengusulan ide nama tunnel  
Sumber: Data Pribadi, 2025

- NOCTURNA

Dalam rangka memeriahkan momen halloween, JAQS turut mempersiapkan event juga. Di dalam prosesnya, banyak hal yang perlu untuk didiskusikan untuk menciptakan tema yang sesuai dan relevan dengan target audience yang ingin dicapai. Pada acara Halloween 2025 ini, JAQS mengangkat tema “*Nocturna*”. Berikut adalah beberapa peran penulis dalam proses brainstorming untuk mendukung acara halloween JAQS.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar III.4 Konsep dekorasi zona  
Sumber: Data Pribadi, 2025

Penulis membantu divisi marketing dalam merancang desain dekorasi di beberapa titik zona yang sudah ditentukan. Penulis menciptakan konsep untuk masing-masing zona tersebut serta membuat mockup yang akan digunakan sebagai referensi bagi vendor dekorasi.



Gambar III.5 Deck Aktivitas *Nocturna*  
Sumber: Data Pribadi, 2025

Penulis juga membantu proses dalam merancang aktivitas-aktivitas yang dapat mendukung acara agar pengunjung tidak merasa bosan, tetap merasa entertain, agar banyak pilihan aktivitas. Proses pemilihan aktivitas ini merupakan hasil diskusi dengan tim marketing serta berbagai divisi lainnya seperti sales & fnb. Hal ini dilakukan terutama karena ada berbagai divisi yang bersinggungan dengan aktivitas yang dirancang



Gambar III.6 Target audience *Nocturna*  
Sumber: Data Perusahaan, 2025



Gambar III.7 *Event Objective Nocturna*  
Sumber: Data Perusahaan, 2025

Dalam menentukan setiap elemen dari acara Nocturna, tentu saja harus berlandaskan objective yang ingin dicapai serta target audience nya. Untuk itu, penulis ikut turut dalam merumuskan kedua hal tersebut, sejalan dengan arahan dari general manager. Adanya 2 hal ini sangat membantu penulis sebagai panduan dalam menentukan setiap elemen dan bagian dari acara Nocturna.

- **Between 2 Worlds**

Dalam periode *event* halloween, tim marketing JAQS ingin menyuguhkan special show, diluar dari daily show yang sudah berjalan. Special show ini dibuat untuk memberikan daya tarik bagi pengunjung untuk datang dan menyaksikan pertunjukkan sambil juga menikmati area JAQS. Di



dalam ide ini, penulis berperan untuk menciptakan ide pertunjukkan.



Gambar III.8 Konsep pertunjukkan “*Between 2 Worlds*”

Sumber: Data Pribadi, 2025

Konsep “Between 2 Worlds” ini dibuat untuk mengangkat salah satu produk pertunjukkan dari JAQS, yaitu mermaid show. Konsep ini dibawa penulis kepada divisi entertain dan general manager untuk mendapatkan opini dan masukan sehingga bisa menghasilkan pertunjukkan yang maksimal.

- Blissful Fairy

Momen akhir tahun identik dengan momen liburan bersama keluarga, terutama dengan adanya perayaan natal dan tahun baru. Untuk itu, jaqs juga turut berkontribusi dalam menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengunjung. Jaqs harus bisa memberikan tema yang general namun tetap relevan dengan periode yang ada. Pada kesempatan ini, penulis berperan dalam proses *ideation* dan *brainstorming* untuk menentukan elemen, *color palette*, desain dekorasi, hingga aktivitas pengunjung.

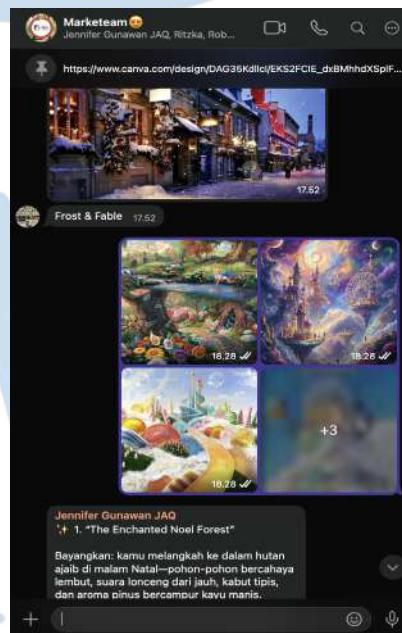
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar III.9 Deck tema *Blissful Fairyland*

Sumber: Data Perusahaan, 2025

Penulis membantu tim marketing dalam merumuskan projection tema yang diharapkan, yang sesuai dengan karakteristik suasana akhir tahun. Penulis memberikan sumbangan pilihan ide yang sekiranya cocok sebagai referensi dalam proses perumusan. Penulis menggunakan source pinterest untuk mengumpulkan ide-ide tersebut.



Gambar III.10 Proses diskusi tema

Sumber: Data Pribadi, 2025



Gambar III.11 *Blissful Fairyland Event Objective*

Sumber: Data Perusahaan, 2025

Event yang dirancang harus selaras dengan objective yang ingin dicapai oleh Jakarta Aquarium & Safari (JAQS). Oleh karena itu, penyusunan objective menjadi salah satu tahapan awal yang penting dalam menentukan arah dan tujuan penyelenggaraan event. Pada tahap ini, penulis turut berkontribusi dengan membantu serta mengusulkan ide terkait objective yang ingin dicapai melalui event tersebut.



Gambar III.12 Konsep *Installation Games*

Sumber: Data Perusahaan, 2025

Selain terlibat dalam perumusan konsep dan tema acara, penulis berperan sebagai *Person in Charge* (PIC) instalasi games. Games ini dirancang untuk memperpanjang durasi kunjungan pengunjung serta mendorong aktivitas *spending*. Penulis mengusulkan beberapa konsep permainan dengan

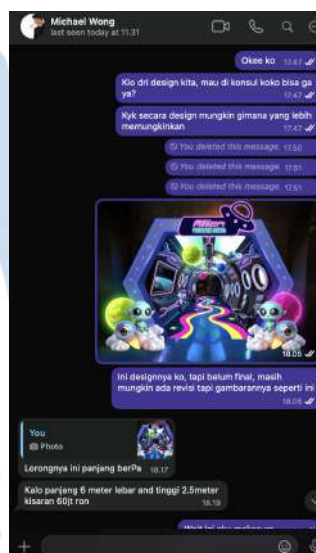
pendekatan *carnival* yang disesuaikan dengan target pengunjung, tingkat kesulitan, dan variasi permainan. Dari ide yang diajukan, Marketing Manager memilih empat konsep untuk direalisasikan, yang kemudian diberi nama *Twinkle Toss*, *Pixie Shot*, dan *Fairy Pond*. Penulis juga terlibat dalam perancangan desain area games agar selaras dengan tema event.

### 3.2.2.2 *Coordination*

Proses ini merupakan langkah lanjutan yang berhubungan dengan berbagai pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan event. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh elemen, baik internal maupun eksternal, dapat bekerja secara selaras dan saling terkoordinasi. Selama proses kerja magang pada PT Jakarta Aquarium Indonesia, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas koordinasi, seperti menjalin komunikasi dengan *brand partnership*, pengisi acara, serta pihak pendukung lainnya. Proses ini menjadi tahap penting untuk memastikan bahwa perencanaan event dapat diimplementasikan secara efektif sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan.

- **Stellar Path**

Salah satu bagian dari *jobdesk* yang dikerjakan penulis dalam mendukung penyelenggaraan event Stellar Path adalah melakukan pencarian dan seleksi vendor dekorasi.



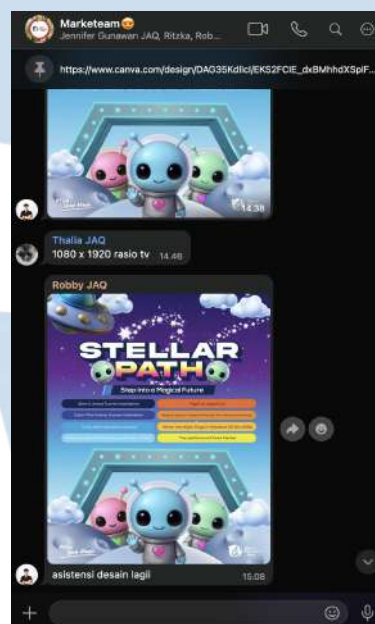
Gambar III.13 Diskusi dengan vendor

Sumber: Data Pribadi, 2025



Proses ini dilakukan untuk memastikan kebutuhan visual event dapat terpenuhi sesuai dengan konsep dan tema yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya, penulis membantu mengidentifikasi vendor yang relevan, membandingkan penawaran, serta menyesuaikan kemampuan vendor dengan kebutuhan dekorasi event agar hasil yang diharapkan dapat tercapai secara optimal.

Penulis juga ikut berperan dalam proses *brainstorming* desain poster sebagai media promosi event. Proses perancangan ini dilakukan secara bertahap melalui beberapa kali diskusi dan revisi, dengan tujuan menyelaraskan *vibe*, pemilihan warna, serta elemen visual agar sesuai dengan konsep dan karakter event yang ingin disampaikan. Dalam pelaksanaannya, penulis bekerja sama dengan tim marketing lainnya serta berkoordinasi dengan tim desain untuk memastikan desain poster dapat berfungsi secara efektif.



Gambar III.14 Proses asistensi design dari graphic designer

Sumber: Data Pribadi, 2025

- **NOCTURNA**

Dalam penyelenggaraan event Nocturna, diperlukan berbagai pengisi acara untuk mendukung suasana serta memeriahkan jalannya event. Oleh karena itu, penulis berperan dalam mengumpulkan *contact person* performer, khususnya

penyanyi yang dinilai sesuai dengan target market dan tema acara yang sudah ditentukan. Penulis juga menghubungi kepada para performer tersebut guna memperoleh informasi terkait ketersediaan dan ketertarikan kerja sama.

No	Nama	Price	Notes
1	Hivi	N/A	N/A
2	Dene	35jt	Akustik
3	Project Pop	165jt	45 menit, full band. Exclude riders & pajak
4	Lalelmanino	N/A	N/A
5	Fabio Asher	40 jt	Exclude riders
6	Idgitaf	60jt	1 jam. Exclude riders
7	Diskoria	88jt	Exclude riders
8	Changchuters	135jt	Exclude riders
9	Naykila	N/A	N/A
10	Budi Doremi	110jt	Exclude riders, PPN
11	Baale	80jt	Exclude riders
12	RAN	125jt	Exclude riders, PPN
13	Nidho Percussion	12jt	Exclude riders
14	Nadine Amizah	-	
15	Kesya Levronka	-	
16	Rony Parulian	95jt	Exclude Riders
17	Julicy Lucy	-	
18	Adrian Khalif	-	



Gambar III.15 Tabel prospek artis & approaching

Sumber: Data Pribadi, 2025

Seluruh data yang diperoleh kemudian direkap dalam bentuk tabel untuk memudahkan proses kurasi dan pengambilan keputusan oleh tim marketing.

Untuk mendukung penyelenggaraan event, penulis terlibat dalam proses penyusunan *rundown* acara dengan bekerja sama dengan *Marketing Communication Executive*. Dalam proses ini, penulis tidak hanya berkoordinasi dengan tim internal, tetapi juga melakukan diskusi dengan tim *entertainment* agar alur dan jadwal acara dapat berjalan secara terstruktur serta selaras dengan *rundown* yang dimiliki oleh masing-masing tim.

NOCTURNA EVENT RUNDOWN						
Start	End	Duration	Activity	Remarks	MC	Celebrity Sponsor
19:30	19:35	00:05	Opening Speech & Introducing oleh MC		Aaron	
19:35	20:30	00:55	Homework Performance	SET LIST 1. Terlengkap Celine Dion - Repertoire 2. Rika Senora - Pirella 3. Somebody's out of my mind - Rika Senora 4. Almost is never enough - Ariana 5. Rikana feat - Celine Dion 6. Rikana feat - Celine Dion 7. Rikana feat - Celine Dion 8. Rikana feat - Celine Dion 9. Rikana feat - Celine Dion 10. Rikana feat - Celine Dion 11. Rikana feat - Celine Dion 12. Rikana feat - Celine Dion	Rikana, Thalia, Aaron	
20:30	20:45	00:15	MC Crowd Engagement Segment #1 dan Set up Fabio Asher	MC in sets waktu setup	Aaron	
20:45	21:45	01:00	Fabio Asher Performance	SET LIST 1. BERTAKUTAK TERLAKA 2. BERTAKUTAK TERLAKA 3. BERTAKUTAK TERLAKA 4. BERTAKUTAK TERLAKA 5. BERTAKUTAK TERLAKA 6. BERTAKUTAK TERLAKA 7. BERTAKUTAK TERLAKA 8. BERTAKUTAK TERLAKA 9. BERTAKUTAK TERLAKA 10. BERTAKUTAK TERLAKA 11. BERTAKUTAK TERLAKA 12. BERTAKUTAK TERLAKA	Rikana, Thalia, Aaron	
21:45	22:00	00:15	MC Crowd Engagement Segment #2 dan Set up DJ Rikana	MC in sets waktu setup	Aaron	
22:00	23:00	01:00	DJ Rikana Performance	90 Lagu	Rikana, Thalia, Aaron	
23:00	23:30	00:30	Clear Up	MC Closing, Crew Cleaning	All Team	

Gambar III.16 Rundown acara NOCTURNA

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025

Koordinasi ini dilakukan untuk memastikan setiap segmen acara tersusun dengan baik dan dapat berjalan efektif selama pelaksanaan event.

- Between 2 Worlds (1-2 November)

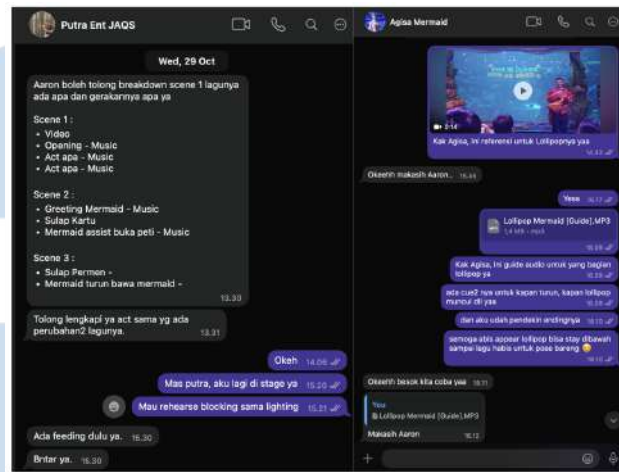
Dalam mendukung proses produksi pertunjukan *Between 2 Worlds*, penulis terlibat aktif dalam berbagai kegiatan koordinasi lintas divisi, khususnya dengan tim *entertainment* sebagai divisi yang bertanggung jawab atas keseluruhan produksi pertunjukan. Penulis mengikuti rapat dan diskusi bersama tim *entertainment* untuk membahas konsep pertunjukan, alur acara, serta kebutuhan teknis yang diperlukan agar pertunjukan dapat berjalan sesuai dengan perencanaan.



Gambar III.17 *Technical Meeting*

Sumber: Data Pribadi, 2025

Selain itu, penulis juga berpartisipasi dalam kegiatan *technical check* bersama para *cast* dan tim *entertainment* guna memastikan seluruh peralatan pendukung, seperti tata suara, pencahayaan, dan properti pertunjukan, tersedia dan berfungsi dengan baik sebelum acara berlangsung.



Gambar III.18 Diskusi dengan tim *entertain* dan *mermaid*

Sumber: Data Pribadi, 2025

Penulis juga aktif berdiskusi dengan Entertainment Supervisor untuk membahas *breakdown* detail pertunjukan sebagai panduan bagi tim entertainment dalam menjalankan alur acara. Selain itu, koordinasi dengan cast mermaid terkait alur pertunjukan dan menyusun serta mengirimkan *audio guide* sebagai acuan juga dilakukan untuk memudahkan proses *rehearsal*.

Di samping itu, penulis turut berperan dalam memberikan asistensi pada proses diskusi desain poster dengan tim *Graphic Design*. Melalui keterlibatan ini, penulis membantu menjembatani kebutuhan kreatif dan kebutuhan komunikasi agar pesan event dapat tersampaikan secara efektif kepada audiens.

- Blissful Fairy (10 Desember)

Dalam mendukung pelaksanaan aktivitas games pada event, penulis berperan dalam proses perancangan desain games secara menyeluruh. Tugas ini meliputi penyusunan konsep permainan dan pembuatan rancangan teknis proses pembangunan yang dibutuhkan agar games memiliki tampilan yang menarik dan selaras dengan tema event.





Gambar III.19 *Plan Carnival Games*

Sumber: Data Pribadi, 2025

Selain itu, penulis juga melakukan diskusi dan koordinasi dengan divisi *engineering* yang bertanggung jawab dalam proses *building* dan instalasi games. Penulis juga melakukan pengajuan permintaan desain elemen visual kepada tim *Graphic Designer* sesuai dengan kebutuhan games yang telah dirancang.



Gambar III.20 *Request design elemen games*

Sumber: Data Pribadi, 2025

### 3.2.2.3 Control

Seiring dengan berjalannya proses koordinasi, tahap ini menjadi penting untuk memastikan bahwa seluruh persiapan dan pelaksanaan event berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Tahap ini berfokus dalam mengawasi aspek operasional, pengelolaan anggaran, serta pengendalian aktivitas di lapangan. Dalam pelaksanaan kerja magang di PT Jakarta Aquarium Indonesia, penulis terlibat dalam penyusunan budgeting activation dan event, pengelolaan administrasi, serta menjalankan peran sebagai PIC carnival games. Tahap control ini berfungsi untuk meminimalkan kendala dan memastikan event dapat berjalan secara tertib, efektif, dan efisien.

- *Stellar Path*

Pada event *Stellar Path*, penulis berdiskusi dengan pihak vendor untuk mendapatkan update proses pengerjaan games, memastikan bahwa hasil pengerjaan telah sesuai dengan permintaan, spesifikasi, dan konsep yang telah disepakati sebelumnya. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam mengawasi proses pemasangan games di area event. Pengawasan ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap mesin dan instalasi games berfungsi sesuai dengan perencanaan teknis yang telah ditetapkan.



Gambar III.21 Proses pembuatan dan pemasangan games

Sumber: Data Pribadi, 2025

Penulis juga melakukan sosialisasi kepada *JAQS Buddies* yang bertugas di area games mengenai tata cara penggunaan dan alur permainan, sehingga operasional games dapat berjalan dengan lancar selama event berlangsung.



Gambar III.22 *Design Signage Games*

Sumber: Data Pribadi, 2025

Penulis juga terlibat dalam pembuatan desain signage hadiah games sebagai bagian dari kelengkapan instalasi games. Desain signage ini dirancang bekerjasama dengan marketing communication executive. Penulis menyediakan elemen-elemen gambar yang dibutuhkan yang kemudian disusun oleh marketing communication executive.

- *NOCTURNA*

Dalam pelaksanaan event Nocturna, penulis terlibat dalam proses *technical meeting* bersama tim Fabio Asher selaku pengisi acara. Pada tahap ini, penulis berperan dalam melakukan asistensi serta berkomunikasi dengan divisi terkait yang bersinggungan langsung dengan kebutuhan acara, yaitu tim entertainment dan engineering. Hasil dari *technical meeting* tersebut kemudian dirangkum dan dilaporkan kepada Marketing Manager sebagai dasar koordinasi lanjutan dalam persiapan event.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar III.23 *Technical meeting* dengan tim Fabio Asher

Sumber: Data Pribadi, 2025

Penulis juga berperan dalam penyusunan budgeting dekorasi untuk event Nocturna. Penulis mengumpulkan dan menyusun daftar item yang dibutuhkan sesuai dengan konsep dekorasi yang telah ditetapkan, kemudian merangkumnya dalam bentuk tabel beserta tautan pembelian.

BUDGET DEKORASI OCT - DEC 2025 ALIEN FURVERSE HALLOWEEN EDITION							
No	Description	Item	Periods	Qty	Price	Budget	Note
1	Dekorasi Zona Kapal	Spiderweb		3			<a href="https://id.shp.es/2GuADms">https://id.shp.es/2GuADms</a>
		Jaring		1			<a href="https://id.shp.es/w5oXVJ4">https://id.shp.es/w5oXVJ4</a>
		Lentera		1			<a href="https://id.shp.es/s5pov8a">https://id.shp.es/s5pov8a</a>
		Rumput Laut		2			<a href="https://id.shp.es/XU7MMFt">https://id.shp.es/XU7MMFt</a>
		Bone		1			<a href="https://id.shp.es/2Esluy">https://id.shp.es/2Esluy</a>
		Baju camping camping		1			Bikin
		Message in bottle		1			<a href="https://id.shp.es/EyozGch">https://id.shp.es/EyozGch</a>
		Tangan skeleton		2			<a href="https://id.shp.es/6R6Py5">https://id.shp.es/6R6Py5</a>
2	Dekorasi Rainforest	Lampu hujan		10			<a href="https://id.shp.es/fne6d58">https://id.shp.es/fne6d58</a>
		Mata glowing		1			<a href="https://id.shp.es/75ar11">https://id.shp.es/75ar11</a>
		Spiderweb		10			<a href="https://id.shp.es/2GuADms">https://id.shp.es/2GuADms</a>
		Warning sign		1			Design + Printing
		Police Line		1			<a href="https://id.shp.es/YtneEkg">https://id.shp.es/YtneEkg</a>
3	Dekorasi Piranha Cave	Wadah trick & treat		1			<a href="https://id.shp.es/MMWPCoz">https://id.shp.es/MMWPCoz</a>
		Daur Rambat maple		10			<a href="https://id.shp.es/U0KCFb">https://id.shp.es/U0KCFb</a>
		Tangan skeleton		1			
		Signage "watch your back"		2			Design + Printing
		Spiderweb		5			<a href="https://id.shp.es/2GuADms">https://id.shp.es/2GuADms</a>
4	Dekorasi Ooemaski	Hangring bala		1			<a href="https://id.shp.es/2qzck7g">https://id.shp.es/2qzck7g</a>
		Media Proyektor Spooky		1			Design
		Rantai		15			<a href="https://id.shp.es/mfBWYUR">https://id.shp.es/mfBWYUR</a>
		Kain creepy		3			<a href="https://id.shp.es/fmbUY7M">https://id.shp.es/fmbUY7M</a>

Gambar III.24 Tabel List kebutuhan dekorasi

Sumber: Data Pribadi, 2025

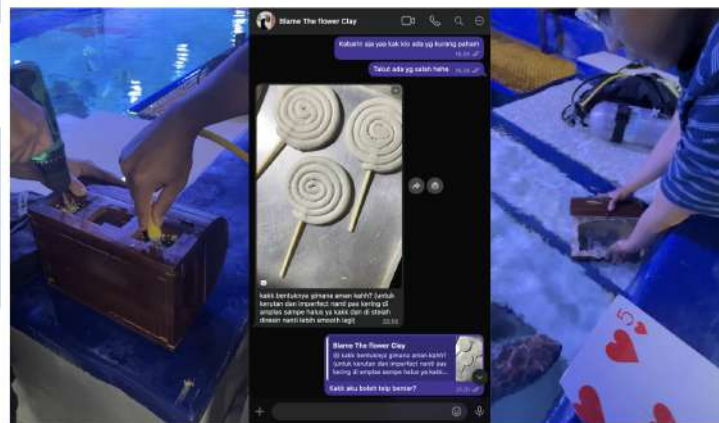
Data tersebut kemudian diserahkan kepada Marketing Manager untuk diteruskan ke tim finance guna proses *purchasing*. Selama proses ini, penulis aktif berdiskusi dengan divisi Marketing Communication Executive untuk



memastikan kebutuhan dekorasi sesuai dengan konsep dan anggaran yang telah direncanakan.

- *Between 2 Worlds*

Pada pelaksanaan *special show* “*Between 2 Worlds*”, penulis berperan dalam mengawasi serta melakukan asistensi proses pembuatan alat pendukung pertunjukan. Alat tersebut merupakan bagian penting dari elemen pertunjukan, sehingga penulis melakukan koordinasi intensif dengan tim entertainment, engineering, dan diver. Beberapa kali proses *trial* dilakukan untuk memastikan alat dapat berfungsi dengan optimal dan aman.



Gambar III.25 Proses assisting pembuatan alat

Sumber: Data Pribadi, 2025

Selain itu, penulis juga terlibat dalam proses koordinasi dan komunikasi dengan vendor eksternal terkait pembuatan properti khusus yang digunakan untuk mendukung jalannya pertunjukan.

Untuk memastikan bahwa pertunjukkan berjalan dengan lancar dan aman, maka penulis juga terlibat dalam proses *rehearsal* bersama seluruh tim yang terlibat dalam pertunjukan. Pada tahap ini, kegiatan *rehearsal* dilakukan bersamaan dengan proses *shooting* oleh tim digital marketing untuk keperluan pembuatan konten promosi, sejalan dengan perilsan materi poster acara.



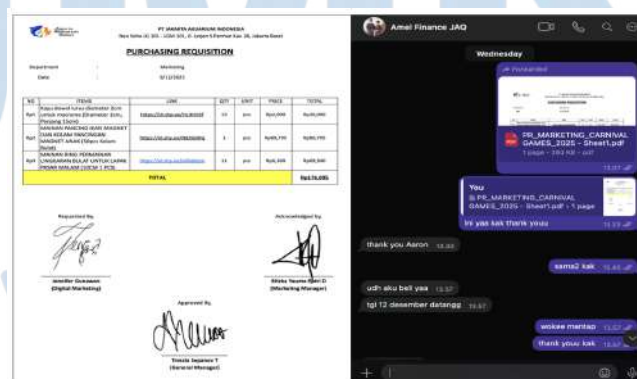
Gambar III.26 Rehearsal Between 2 Worlds

Sumber: Data Pribadi, 2025

Tahapan ini melibatkan berbagai divisi, termasuk tim entertainment, sehingga diperlukan koordinasi yang baik agar proses *rehearsal* dan produksi konten dapat berjalan secara efektif dan sesuai dengan konsep pertunjukan yang telah direncanakan.

- *Blissful Fairyland*

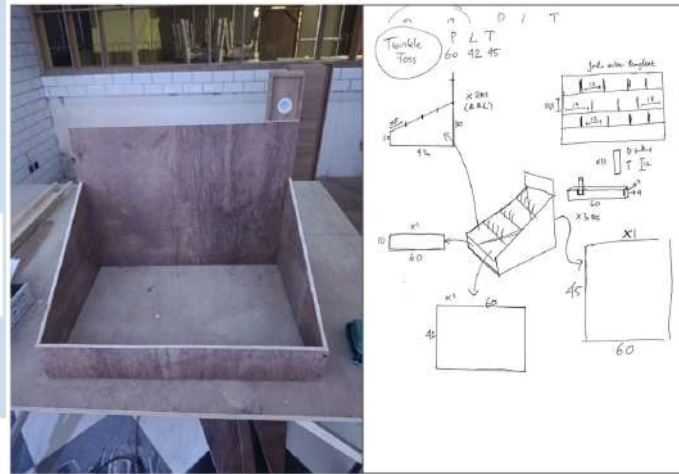
Dalam pelaksanaan event *Blissful Fairyland*, penulis berperan dalam penyusunan budgeting perlengkapan games sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada tahap ini, penulis mengidentifikasi kebutuhan perlengkapan yang belum tersedia dan perlu dilakukan pembelian, kemudian menyusunnya dalam bentuk daftar untuk diajukan kepada Marketing Manager untuk memperoleh persetujuan.



Gambar III.27 Membuat list pembelian dan kordinasi dengan tim finance

Sumber: Data Pribadi, 2025

Setelah mendapatkan *approval*, penulis melanjutkan proses dengan membuat *purchasing requisition* yang diteruskan kepada tim finance untuk pelaksanaan proses pembelian.



Gambar III.28 Asistensi pembuatan *games*

Sumber: Data Pribadi, 2025

Selanjutnya, penulis turut mengawasi proses pembuatan *carnival games* agar tetap sesuai dengan konsep yang telah disetujui. Pada tahap ini, penulis melakukan koordinasi secara aktif dengan Marketing Manager dan tim engineering untuk memastikan proses pembuatan berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan.

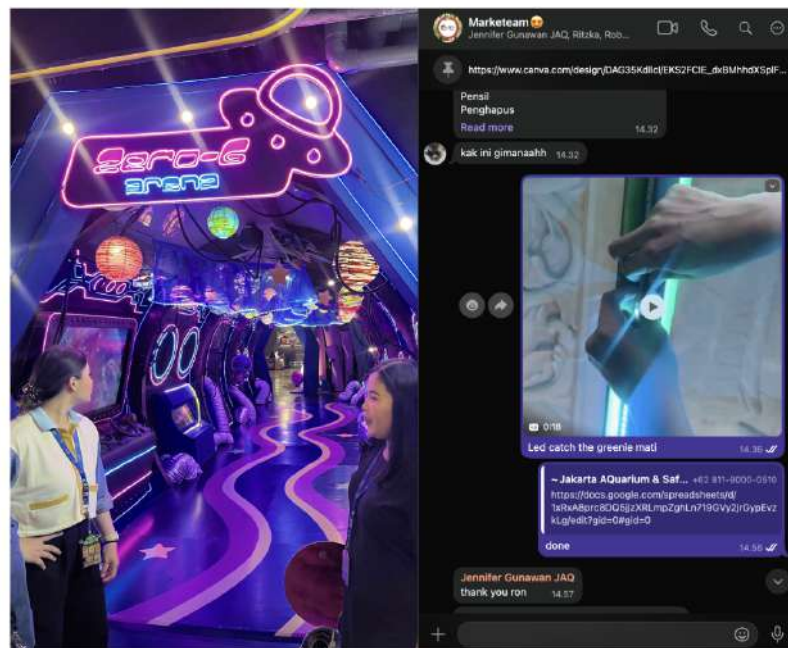
#### 3.2.2.4 *Culmination*

Tahap ini merupakan puncak dari seluruh rangkaian proses yang sudah dilakukan sebelumnya. Pada tahap ini, event dilaksanakan dan seluruh konsep yang telah dirancang diwujudkan secara nyata di lapangan. Selama kegiatan magang, penulis terlibat langsung dalam berbagai pelaksanaan event. Tahap ini menjadi momen utama di mana pengunjung dapat merasakan pengalaman brand secara langsung melalui interaksi dan aktivitas yang disediakan.

- *Stellar Path*

Dalam pelaksanaan *Stellar Path*, penulis berperan aktif dalam proses pengawasan pemasangan dekorasi tunnel yang dikerjakan oleh vendor eksternal. Pada tahap ini, penulis memastikan bahwa seluruh elemen dekorasi

dipasang di zona yang telah ditentukan dan sesuai dengan konsep visual yang sebelumnya telah disetujui oleh tim marketing. Apabila ditemukan ketidaksesuaian, baik dari segi penempatan, kerapian, maupun elemen visual, penulis mengkomunikasikan hal tersebut kepada marketing communication executive yang akan diteruskan kepada vendor untuk dilakukan penyesuaian atau revisi.



Gambar III.29 Mengawasi pemasangan tunnel & kerusakan pada instalasi

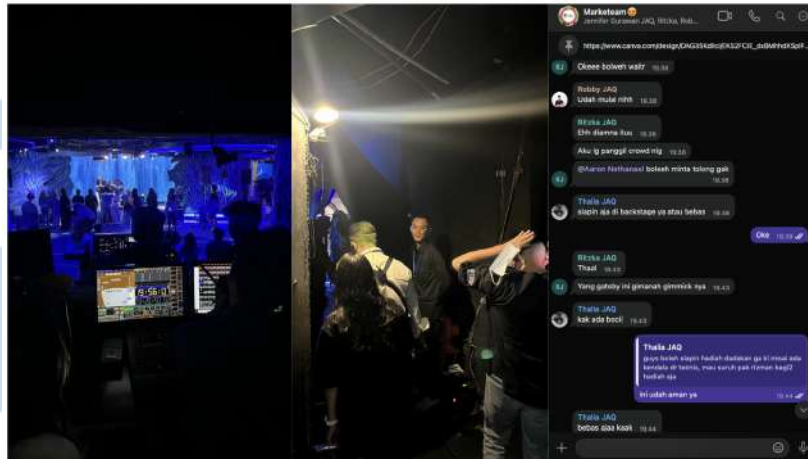
Sumber: Data Pribadi, 2025

Selain itu, penulis juga secara berkelanjutan melakukan pengecekan kondisi dekorasi dan instalasi games selama event berlangsung. Hal ini dilakukan untuk memastikan seluruh elemen berada dalam kondisi optimal, aman, dan nyaman digunakan oleh pengunjung, sehingga pengalaman yang diberikan tetap sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan.

- *NOCTURNA*

Dalam pelaksanaan event “*NOCTURNA*”, penulis berperan aktif dalam *running event* dengan melakukan koordinasi lintas divisi sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Peran utama penulis berfokus pada penanganan area panggung serta menjalankan fungsi sebagai *liaison officer* (LO) bagi pengisi acara.





Gambar III.30 Handle stage & menjadi LO acara

Sumber: Data Pribadi, 2025

Penulis bertugas untuk memastikan seluruh rangkaian acara berjalan sesuai dengan *rundown* yang telah disusun serta kesiapan teknis di area panggung. Koordinasi juga dilakukan langsung dengan *master of ceremony* (MC) terkait informasi yang perlu disampaikan, terutama yang berkaitan dengan *adlibs* kerja sama brand. Selama pelaksanaan event, penulis juga secara intens berkoordinasi dan menerima arahan dari Marketing Communication Executive selaku penanggung jawab utama acara.



Gambar III.31 Pelaksanaan *Event NOCTURNA*

Sumber: Data Pribadi, 2025

[illegible]

Sumber: Data Pribadi, 2025

- *Between 2 Worlds*

serta menerapkan aspek teknis yang sebelumnya telah dipersiapkan dan disimulasikan pada tahap *rehearsal*.



Gambar III.33 Pertunjukan *Between 2 Worlds*

Sumber: Data Pribadi, 2025

Selama pertunjukan berlangsung, penulis berkoordinasi secara langsung dengan tim marketing & entertainment untuk memastikan alur pertunjukan berjalan dengan lancar dan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan.

- *Blissful Fairyland*

Dalam pelaksanaan event *Blissful Fairyland*, penulis terlibat dalam proses pengawasan pemasangan dekorasi tunnel dan zona rainforest yang dikerjakan oleh vendor eksternal. Pada tahap ini, penulis memastikan hasil pemasangan dekorasi sesuai dengan konsep yang telah disetujui, serta mengkomunikasikan kepada pihak vendor apabila terdapat bagian yang perlu dilakukan penyesuaian atau revisi. Seluruh perkembangan dan hasil pemasangan tersebut kemudian dilaporkan kepada Marketing Manager.



Gambar III.34 Dekorasi tunnel & rainforest

Sumber: Data Pribadi, 2025

Secara bersamaan, penulis juga terlibat dalam proses pemasangan instalasi carnival games yang dilakukan secara *in-house* dengan sistem *do-it-yourself* (DIY). Dalam proses ini, penulis melakukan koordinasi dengan Marketing Communication Executive dan tim engineering untuk memastikan instalasi games dapat terpasang dengan baik dan siap digunakan oleh pengunjung.

#### 3.2.2.5 *Closeout*

Proses ini merupakan bagian akhir dari sebuah rangkaian event. Tahap ini berfokus pada evaluasi dalam penyelesaian seluruh aktivitas event. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan dokumentasi, penyelesaian administrasi, serta peninjauan kembali pelaksanaan event sebagai bahan evaluasi. Selama proses kerja magang di PT Jakarta Aquarium Indonesia, penulis terlibat dalam tahapan ini walau tidak secara langsung. Tahap ini membuat seluruh rangkaian event dapat ditutup secara sistematis dan menjadi dasar pembelajaran untuk pelaksanaan event selanjutnya.

- *Stellar Path*

Pada tahap *closeout* event *Stellar Path*, proses evaluasi dilakukan secara internal dan bersifat lisan melalui diskusi tim. Penulis terlibat dalam sesi *brainstorming* bersama tim marketing untuk membahas pelaksanaan event secara keseluruhan. Dalam proses ini, penulis menyampaikan berbagai poin yang dinilai dapat ditingkatkan, baik dari sisi teknis pelaksanaan, alur pengunjung, maupun elemen pendukung event.

Masukan yang disampaikan penulis menjadi bagian dari diskusi evaluatif yang digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan event berikutnya. Keterlibatan ini menempatkan penulis sebagai bagian dari proses refleksi internal tim, khususnya dalam mengidentifikasi peluang perbaikan berdasarkan pengamatan langsung selama event berlangsung.

- *NOCTURNA*

Pada event “*Nocturna*”, tahap *closeout* dilakukan melalui penyusunan materi evaluasi dalam bentuk rekapitulasi presentasi yang dipresentasikan dalam rapat bersama *Head of Department*. Dalam proses ini, penulis bertugas mengumpulkan dan menyediakan dokumentasi selama acara berlangsung,



termasuk foto dan materi pendukung lainnya yang dibutuhkan sebagai bahan evaluasi.

## Analisis Nocturna

### Opportunities (Peluang)

- Kelahiran jargon pancing dengan erte lokal dan influencer digital untuk membangun loyalitas pengunjung tetap.
- Meningkatkan brand positioning JAQS sebagai "tempat experience unik" bukan hanya sekadar, tapi juga venue premium untuk acara eksklusif.

### Threats (Ancaman)

- Konflik eksternal tak terprediksi seperti cuaca ekstrem dan kemacetan lalu lintas.
- Persaingan ketat dari klub malam dan event besar di Jakarta dengan segmentasi pasar lebih unggul.
- Persepsi harga dan value for money — jika pengunjung menganggap tiket atau event kurang sebanding dengan effort dalam ke lokasi.

## Analisis Nocturna

### Strengths (Kelebihan)

- Brand JAQS sudah dikenal luas sebagai destinasi wisata eksklusif dan hiburan kolektif yang unik.
- Kolaborasi dengan artis populer (Febio Asher, Di Kizmo) meningkatkan nilai promosi dan citra merek modern.
- Konsep event "edutainment" (hiburan di dalam lingkungan edukasi) memberi diferensiasi unik dibanding tempat hiburan lain.
- Infrastruktur indoor melindungi dari hujan (walaupun tidak menyelesaikan masalah akses).

### Weaknesses (Kelemahan)

- Ketergantungan tinggi pada cuaca dan akses fisik lokasi (untuk sampai ke lokasi).
- Keterbatasan kapasitas outdoor — belum memiliki basis komunitas musik sendiri.
- Premis tidak terfokus pada target pasar potensial (rumahin berkecil-kecil dan kurang mainstream dibanding digital content creator).
- Tinggi biaya konsumsi lokal, terutama di jam sibuk hari kerja.

## Profit Nocturna

No	Deskripsi	Jumlah	No	Deskripsi	Jumlah
1	Number of Visitor	1218	1	Revenue Total	245.522.319
2	Number of Participant	128	2	Revenue F&B	2.069.700

Number of participant: Tiket resmi adalah mulai 18.000 - Closed Date

Revenue Tiket Untuk NOCTURNA

160.000 X 128

= 20.480.000

## STRATEGI & SARAN

### • Perencanaan & Promosi:

Selenggarakan event besar di akhir pekan, hindari musim hujan, dan siapkan rencana cadangan transportasi seperti shuttle atau kerja sama dengan ojek online.

### • Pemasaran & Audience:

Fokus pada komunitas musik dan pengunjung muda urban melalui kampanye digital berbasis lokasi. Bangun loyalty program dan basis data pengunjung tetap.

### • Konsep Event:

Buat tema yang sesuai karakter JAQS, seperti konser akustik bawah laut atau silent disco. Tambahkan opsi live streaming untuk menjangkau audience lebih luas.

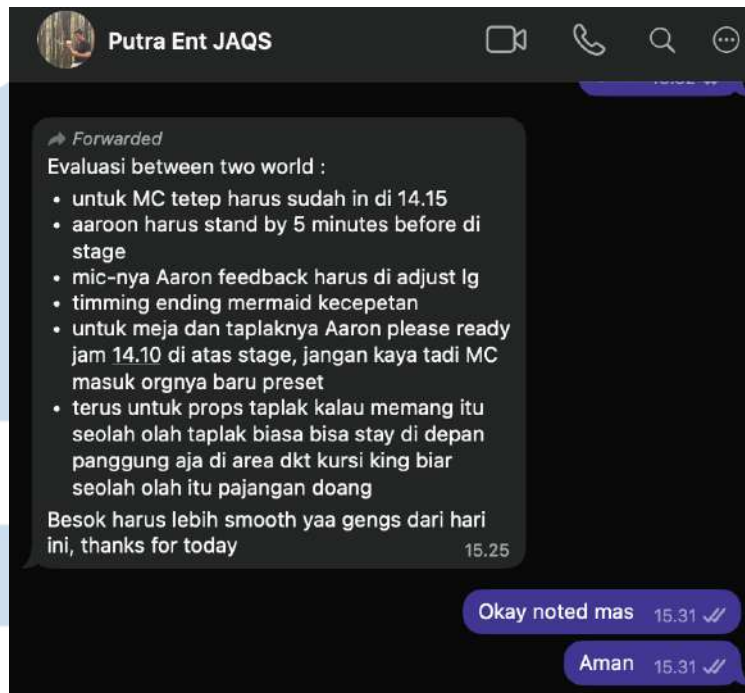
Gambar III.35 Analisis dan pengumpulan data penutup event Nocturna

Sumber: Data Pribadi, 2025

Selain itu, penulis juga membantu dalam proses perumusan analisis SWOT terhadap pelaksanaan event Nocturna. Kontribusi penulis meliputi penyampaian hasil observasi selama event berlangsung yang kemudian diolah bersama tim sebagai bagian dari evaluasi strategis, untuk menjadi referensi perbaikan dan pengembangan event di masa mendatang.

- *Between 2 Worlds*

Pada pelaksanaan *special show* “*Between 2 Worlds*”, evaluasi dilakukan secara berkelanjutan di antara rangkaian pertunjukan. Penulis terlibat dalam proses evaluasi tersebut dengan mengikuti arahan dan masukan yang disampaikan langsung oleh Entertainment Manager terkait pelaksanaan pertunjukan di lapangan.



Gambar III.36 Evaluasi dari *Entertainment Manager*

Sumber: Data Pribadi, 2025

Masukan evaluatif tersebut kemudian menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan penyesuaian dan peningkatan kualitas pada pertunjukan selanjutnya. Dalam konteks ini, penulis berperan sebagai pihak yang menerima, memahami, dan menerapkan evaluasi sebagai bagian dari proses pembelajaran serta peningkatan performa pertunjukan secara berkelanjutan.

- *Blissful Fairyland*

Pada saat laporan ini disusun, event *Blissful Fairyland* masih berada pada tahap *culmination*, sehingga proses evaluasi dan *closeout* belum sepenuhnya dilakukan. Oleh karena itu, penulis belum terlibat dalam kegiatan evaluasi formal terkait pelaksanaan event tersebut.

Meskipun demikian, penulis tetap melakukan pencatatan dan observasi selama event berlangsung sebagai persiapan awal untuk proses evaluasi di tahap selanjutnya. Observasi ini diharapkan dapat menjadi dasar kontribusi penulis dalam proses evaluasi ketika event telah memasuki tahap *closeout*.

Selain tugas utama, terdapat tugas tambahan yang dilakukan penulis sebagai content creator intern, tugas tambahan tersebut antara lain:

### 3.2.2.6 Content Creator

Secara umum, content creator adalah individu atau pihak yang bertanggung jawab merancang, memproduksi, dan mendistribusikan konten dalam berbagai bentuk, seperti teks, foto, video, dan audio, melalui platform media digital. Konten yang dihasilkan bertujuan untuk menyampaikan informasi, mempromosikan interaksi, serta mempengaruhi persepsi audiens terhadap suatu produk atau kegiatan, atau pesan tertentu. Menurut (Kotler & Keller, 2016) content creator berperan dalam proses komunikasi pemasaran dengan menciptakan konten yang relevan dan bernilai bagi audiens untuk membangun keterlibatan dan kepercayaan. Dalam konteks penyelenggaraan event, content creator berperan sebagai pendukung event planner dalam mempublikasikan konten, mendokumentasikan acara, serta memperluas jangkauan dan dampak event melalui media digital. Adapun tugas penulis sebagai content creator adalah sebagai berikut:

### 3.2.2.6 Content Creator

Secara umum, content creator adalah individu atau pihak yang bertugas merancang, memproduksi, dan mendistribusikan konten dalam berbagai bentuk, seperti teks, foto, video, dan audio, melalui platform media digital. Konten yang dihasilkan bertujuan untuk menyampaikan informasi, membangun interaksi, serta mempengaruhi persepsi audiens terhadap suatu produk, kegiatan, atau pesan tertentu. Menurut (Kotler & Keller, 2016) content creator berperan dalam proses komunikasi pemasaran dengan menciptakan konten yang relevan dan bernilai bagi audiens untuk membangun keterlibatan dan kepercayaan. Dalam konteks penyelenggaraan event, content creator berfungsi sebagai pendukung event planner dalam mempublikasikan kegiatan, mendokumentasikan acara, serta memperluas jangkauan dan dampak event melalui media digital. Adapun tugas penulis sebagai content creator sebagai berikut:

- Menyusun editorial plan

[illegible]

Gambar III.37 Editorial Plan Nov 2025

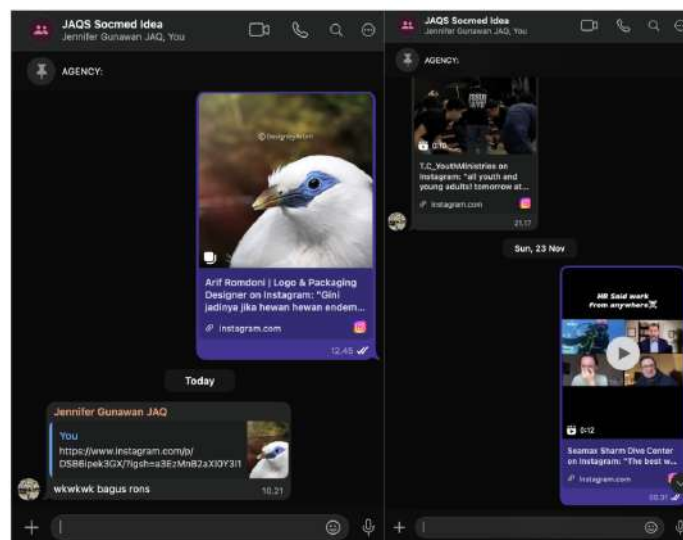
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025

Penulis terlibat dalam penyusunan editorial plan dengan menyusun jadwal konten dan mengumpulkan ide konten yang akan dibuat. Dalam proses ini, penulis bekerja sama dengan tim digital marketing untuk memastikan setiap konten selaras dengan tujuan kampanye dan kebutuhan target audiens. Penulis ikut mengidentifikasi peluang kreatif dalam penyampaian pesan brand melalui konten digital,

termasuk pemilihan tone, gaya bahasa, dan jenis visual yang digunakan. Hal ini menjadi dasar bagi seluruh proses produksi konten selanjutnya.

- Mengumpulkan referensi konten

Penulis mengumpulkan referensi konten dari berbagai sumber yang kemudian dibagikan dan didiskusikan bersama tim digital marketing, baik melalui grup WhatsApp maupun secara lisan. Referensi yang terkumpul dianalisis untuk menentukan relevansi dan potensi penerapan ide pada konten yang akan diproduksi.



Gambar III.38 *Whatsapp* sebagai media bertukar referensi ide konten

Sumber: Data Pribadi, 2025

Hasil pengumpulan dan diskusi referensi ini selanjutnya dijadikan acuan untuk pengembangan konsep kreatif dan penyusunan script.

- Content Shooting

Penulis beberapa kali terlibat dalam proses shooting dengan menyiapkan perlengkapan, mengatur set, dan memastikan seluruh elemen produksi berjalan lancar. Penulis juga memantau kesesuaian hasil pengambilan gambar dengan script dan arahan kreatif. Selama shooting, penulis berkoordinasi dengan tim produksi dan talent untuk



menjaga kualitas visual, pencahayaan, audio, dan aspek teknis lainnya agar sesuai dengan konsep konten.



Gambar III.39 Koordinasi proses *shooting*

Sumber: Data Pribadi, 2025

- Menjadi Talent Konten



Gambar III.40 Menjadi *talent* pada konten video

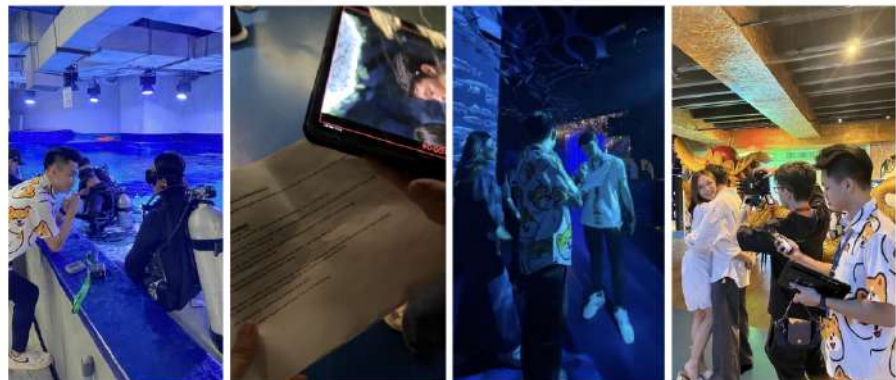
Sumber: Instagram JAQS

Penulis berperan sebagai talent dalam beberapa konten, menyampaikan pesan sesuai script, serta menyesuaikan ekspresi dan gerakan dengan konsep kreatif. Peran ini menuntut kemampuan mengikuti arahan tim produksi dan menjaga konsistensi pesan brand. Selain tampil sebagai talent, penulis juga memantau jalannya

pengambilan gambar dan memberikan masukan terkait gerakan, ekspresi, atau pacing, agar hasil akhir lebih natural dan sesuai konsep.

- Assistant Director

Penulis membantu tim produksi dalam aspek *directing*, seperti mengatur posisi talent, mengarahkan pengambilan gambar, serta memastikan pencahayaan dan audio berjalan optimal sesuai standar produksi. Penulis juga memperhatikan detail teknis lainnya, seperti sudut pengambilan kamera, kesesuaian gerakan talent dengan storyboard, dan pengambilan gambar agar hasil rekaman sesuai dengan konsep awal.



Gambar III.41 Menjadi assistant director dalam shooting campaign

Sumber: Data Pribadi, 2025

Selain itu, penulis juga aktif berkoordinasi dengan tim digital marketing untuk menyesuaikan setiap adegan dengan konsep visual dan alur konten yang telah direncanakan. Penulis membantu memastikan bahwa setiap elemen dari properti, wardrobe, script, sampai ekspresi talent sesuai dengan editorial plan, sehingga kualitas produksi tetap konsisten dan efektif.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3.2.2.7 *KOL Specialist*

Di era digital, dalam penyelenggaraan event, diperlukan strategi komunikasi yang mampu membangun kepercayaan, meningkatkan partisipasi, serta memperluas jangkauan audiens. Salah satu strategi yang efektif adalah pemanfaatan Key Opinion Leader (KOL). KOL Specialist berperan dalam mengidentifikasi, mengelola, dan menjalin kerja sama dengan figur yang memiliki pengaruh sesuai dengan karakteristik dan tujuan acara. Secara umum, KOL Specialist adalah pihak yang bertanggung jawab dalam merancang dan mengelola strategi kolaborasi dengan Key Opinion Leader atau figur berpengaruh untuk mendukung komunikasi dan promosi suatu kegiatan atau brand. KOL Specialist memastikan bahwa KOL yang dipilih memiliki kesesuaian nilai, audiens, dan kredibilitas dengan tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Kotler dan Keller (2016), pengelolaan influencer atau KOL merupakan bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan membangun kepercayaan dan keterlibatan audiens. Dalam konteks penyelenggaraan event, KOL Specialist berperan sebagai penghubung strategis antara event planner, content creator, dan KOL untuk memastikan pesan acara tersampaikan secara konsisten dan efektif. Berikut adalah aktivitas KOL specialist yang penulis lakukan:

- Sortir KOL

Penulis bertugas melakukan kurasi terhadap *Key Opinion Leaders* (KOL) yang akan terlibat dalam pembuatan konten di Jakarta Aquarium & Safari (JAQS). Daftar calon KOL diperoleh dari berbagai agency, kemudian dianalisis berdasarkan relevansi dengan target audiens, kredibilitas, dan kesesuaian dengan konsep konten yang direncanakan.

The image shows two Excel spreadsheets. The top spreadsheet, titled 'DAFTAR KOL 2025', lists various influencers with columns for Name, Email, Phone, Line, and other contact details. The bottom spreadsheet, titled 'DAFTAR KOL 2025', shows a tracking table with columns for Name, Email, Phone, Line, and other contact details, along with a 'Status' column indicating the progress of each KOL.

Gambar III.42 Proses Sortir KOL

Sumber: Data Perusahaan, 2025

Dalam proses kurasi ini, penulis bekerja sama secara langsung dengan divisi digital marketing untuk memastikan pilihan KOL memenuhi standar brand. Penulis juga membantu mendokumentasikan hasil seleksi dan menyusun daftar final KOL sebagai acuan tim sebelum proses *approach* dilakukan.

- *Approaching KOL*

Setelah KOL yang sesuai berhasil dikurasi, penulis terlibat dalam proses *approach* untuk mengajak KOL tersebut bekerja sama sesuai dengan benefit dan skema yang ditawarkan. Penulis memastikan setiap komunikasi dengan KOL sesuai arahan tim digital marketing dan mencatat respons maupun status negosiasi.





Gambar III.43 Proses *approaching* KOL

Sumber: Data Pribadi, 2025

Hasil dari proses *approach* ini kemudian dilaporkan secara rutin kepada tim digital marketing, yang akan menindaklanjuti proses *follow-up* lebih lanjut. Dalam kegiatan ini, penulis berperan sebagai penghubung awal antara KOL dan tim internal, sehingga proses kerja sama dapat berjalan lancar dan terstruktur.

### 3.3 Kendala yang ditemukan

Dalam setiap aktivitas atau kegiatan yang dilakukan, kendala merupakan sesuatu hal yang umum terjadi. Selama periode praktik kerja magang sebagai Marketing Communication Intern di Jakarta Aquarium & Safari (JAQS), terdapat beberapa kendala yang ditemukan:

#### 1) Istilah Teknis Digital Marketing

Dalam proses diskusi internal bersama tim Digital Marketing, penulis sering dihadapkan pada berbagai istilah teknis seperti *campaign*, *engagement rate*, *conversion*, *CTR*, hingga *funnel marketing*. Pada tahap awal, istilah-istilah tersebut cukup sulit dipahami karena sebagian besar belum banyak dibahas dalam pembelajaran perkuliahan di kampus.

#### 2) Pembuatan Berbagai Dokumen

Penulis melakukan pembuatan berbagai jenis dokumen, seperti dokumen perjanjian kerja sama, dokumen *purchasing*, dan dokumen administratif lainnya. Hal ini menjadi tantangan tersendiri karena selama menjalani perkuliahan, penulis

sangat jarang bahkan tidak pernah mendapatkan pembelajaran atau praktik secara langsung mengenai penyusunan dokumen-dokumen tersebut.

### 3) Lingkungan Kerja yang Dinamis dan Deadline Ketat

Penulis dihadapkan dengan lingkungan kerja yang dinamis dengan tenggat waktu yang cukup ketat. Dalam kondisi tersebut, penulis dituntut untuk dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tugas dan prioritas pekerjaan yang dapat terjadi sewaktu-waktu. Selain itu, penyelesaian pekerjaan dalam waktu yang terbatas menjadi tantangan tersendiri, terutama bagi penulis yang masih dalam tahap penyesuaian dengan ritme kerja profesional.

## 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari setiap kendala yang terjadi, tentu akan selalu ada solusi untuk menyelesaikannya. Dari berbagai kendala tersebut, penulis mencari cara untuk mengatasinya dengan solusi sebagai berikut:

- 1) Untuk mengatasi keterbatasan pemahaman terhadap istilah teknis Digital Marketing, penulis melakukan pembelajaran secara mandiri dengan mencari referensi dari berbagai sumber, seperti artikel, video edukasi, dan materi daring lainnya. Selain itu, penulis juga aktif bertanya dan berdiskusi dengan tim Marketing agar dapat memahami makna serta penerapan istilah-istilah tersebut dalam pekerjaan sehari-hari, sehingga pemahaman penulis semakin meningkat seiring berjalannya waktu.
- 2) Dalam menghadapi kendala pembuatan dokumen kerja sama, dokumen *purchasing*, dan dokumen administratif lainnya, penulis mempelajari contoh dokumen yang telah ada sebagai acuan. Penulis juga meminta arahan dan masukan dari pembimbing terkait format dan isi dokumen yang sesuai dengan standar perusahaan. Melalui proses tersebut, penulis secara bertahap dapat memahami sistematika penyusunan dokumen dan mampu menyusunnya dengan lebih baik.
- 3) Untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja yang dinamis dan tenggat waktu yang ketat, penulis berusaha meningkatkan kemampuan manajemen waktu dengan menyusun daftar prioritas pekerjaan dan jadwal penyelesaian tugas. Penulis juga berupaya bekerja secara lebih terstruktur dan responsif terhadap perubahan tugas yang diberikan. Dengan demikian, penulis dapat menyelesaikan pekerjaan tepat waktu serta beradaptasi dengan ritme kerja profesional secara lebih efektif.