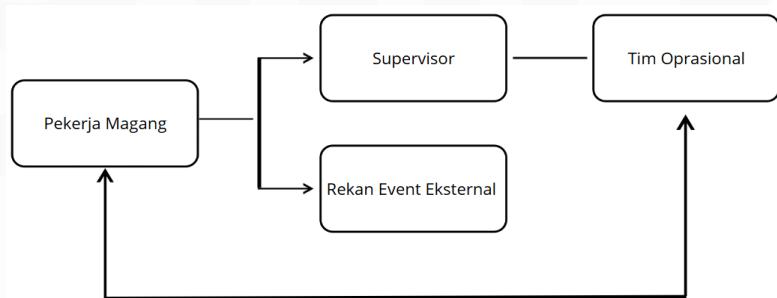


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam Pelaksanaan kerja magang, pekerja magang menjadi bagian dari department Marketing dalam divisi Online Marketing. Posisi dan tanggung jawab yang diberikan kepada pekerja magang adalah bagian event marketing dengan peran sebagai event marketing intern di PT Vidiaelok Lestari Garmindo. Pekerja magang bertanggung jawab untuk mendukung sistem komunikasi, persiapan, pelaksanaan, hingga bertanggung jawab untuk memastikan objektif dari event tersampaikan dengan baik dan membuat hasil report dari event yang telah dilaksanakan. Alur koordinasi yang dilakukan dalam proses pelaksanaan magang dilakukan langsung dengan supervisor Anggi Fibrianti. Namun, dalam pelaksanaan juga terdapat 1 rekan kerja eksternal yang bertugas untuk mencari event *tap in* untuk brand. Selain itu, dalam memenuhi kebutuhan sponsorship yang sudah disepakati oleh brand dengan pihak lain dalam pelaksanaan event pekerja magang juga diharuskan berkomunikasi dengan bagian operasional. Sehingga dapat dikatakan posisi pekerja magang disini sebagai event marketing bagian internal atau dalam perusahaan dan berfokus untuk mempersiapkan event yang sudah dirancang. Berikut ini merupakan gambaran alur koordinasi yang pekerja magang lakukan selama pelaksanaan magang berlangsung:



Gambar 3.1 Gambar Alur Koordinasi Magang

Sumber: Olahan Pekerja Magang (2025)

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Aktivitas kerja magang yang dilakukan di PT Vidiaelok Lestari Garmindo dilaksanakan dengan durasi waktu selama 3 bulan. Tugas utama dari pekerja magang disini bertanggung jawab dalam persiapan, pelaksanaan, serta *output* dari event yang sudah dilaksanakan sesuai dengan apa yang menjadi objektif dari dilaksanakannya event tersebut. Pekerja magang akan mendapat informasi dari supervisor yaitu Anggi Fibrianti serta rekan kerja event eksternal terkait konsep event yang akan dilaksanakan. Nantinya, pekerja magang yang akan mempersiapkan dan bertanggung jawab dalam event tersebut. Dalam pelaksanaan kerja magang ini juga pekerja magang sudah mendapat pengetahuan dasar yang berkenaan dengan tanggung jawab yang dimiliki dalam magang ini yaitu dalam mata kuliah *Special Event and Brand Activation* serta *B2B Communication*. Berikut ini juga merupakan lini masa dari pelaksanakan kerja magang yang dilakukan oleh pekerja magang.

Proyek	Steps	Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Event Exit Kids x Gembira Parenting	Design																
	Event Planning																
	Coordination																
	Evaluation																
Event Expand x Le Meridien	Design																
	Event Planning																
	Coordination																
	Evaluation																
Event Exit Ceramic Painting	Design																
	Event Planning																
	Coordination																
	Evaluation																
<i>Bazaar Open MTQ</i>	Design																
	Event Planning																
<i>Talent Content Sosial Media Exit</i>	Coordination																
	Evaluation																

Gambar 3.2 Lini Masa Kerja Magang

Sumber: Olahan Pekerja Magang (2025)

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama pelaksanaan magang berlangsung pekerja magang berhasil melaksanakan event untuk 3 brand yang berada dibawah naungan PT Vidiaelok Lestari Garmindo, yaitu Exit, Expand, dan Exit Kids yang akan

dijelaskan secara lebih rinci dalam sub-bab ini. Dalam pelaksanaan event yang dilakukan untuk ketiga brand tersebut, pekerja magang mengaplikasikan teori menurut Goldbaltt (1997) dalam Tafarannisa et al, (2021). Terdapat 5 tahapan yang digunakan untuk pembentukan sebuah event yang terdiri dari 5 steps yaitu riset (*research*), perancangan (*design*), perancangan acara (*event planning*), koordinasi (*coordination*), dan evaluasi (*evaluation*).

Menurut Shone and Parry (2019) *special event* adalah suatu fenomena yang timbul dari kesempatan yang ada, bisa bertujuan untuk hiburan, hal pribadi, budaya, ataupun organisasi. Shone and Parry juga mengkategorikan event menjadi 4 jenis yaitu. Leisure events, Personal events, Cultural events dan Organizational events. Leisure events merupakan jenis events yang bertujuan untuk memberikan hiburan bagi para audiencenya. Personal events merupakan jenis event yang lebih bersifat untuk keperluan atau tujuan pribadi. Cultural events sendiri merupakan jenis event yang berhubungan dengan nilai sosial atau hal yang berbau kebudayaan, tradisi hingga kepercayaan yang sama agar tercapainya suatu tujuan. Jenis event yang terakhir adalah Organizational events, jenis ini umumnya diadakan oleh sebuah organisasi untuk tercapainya suatu tujuan, biasanya memiliki output yang lebih besar seperti politik, ataupun komersial.

Pekerja magang telah melaksanakan total 3 events dengan masing-masing brand yaitu, Exit bertema *Ceramic Painting Workshop*, Expand yang merupakan *collaboration event*, dan Exit Kids yang juga termasuk dalam *collaboration events*. selama pelaksanaan kerja magang berlangsung seluruh events yang dilaksakan ini berkategori *leisure events* karena seluruh event yang dilaksakan dengan tujuan sebagai menghibur audiens serta memperlihatkan bahwa brand hadir bersama dengan audiens. Selanjutnya berikut ini merupakan penjelasan yang lebih rinci dari events yang sudah dilaksanakan:

A. Exit Kids T-shirt Painting (*Collaboration event*)

Event Exit Kids T-shirt Painting dilaksakan pada tanggal 1 November 2025 bertempat di Kumu Ground. Dalam event ini Exit Kids Bekerja sama dengan satu *community parenting* Bernama Gembira Parenting dalam acara mereka yang Bernama Tiba-tiba Meet Up. Dalam acara Tiba-tiba Meet Up ini berisi mengenai workshop Ibu atau Moms yang membahas tentang para Moms berhak untuk memiliki me time nya sendiri. Exit Kids hadir di acara ini untuk mendampingi anak-anak selama para Moms/ Ibu mengikuti workshop “Tiba-Tiba Meet Up” bersama Gembira Parenting. Dengan mengangkat tema **“Big Ideas Come From Little Hands”**, Exit Kids ingin merayakan imajinasi anak-anak melalui aktivitas kreatif yang seru dan bermakna. Serta menunjukan bahwa Exit Kids hadir bersama para orang tua untuk menemani anak-anaknya selagi para Ibu atau Moms mengambil waktu sejenak untuk Me Time dengan mengikuti workshop bersama Gembira Parenting. Dalam acara ini pekerja magang memiliki tanggung jawab yang dimulai dari tahap Perancangan atau design karena event ini sudah disetujui dan dirancang sebelum magang di mulai:

1. Tahap Perancangan (*Design*)

Pada tahap perancangan ini terbentuknya ide pemikiran supervisor hingga terbentuknya ide untuk mengadakan T-shirt Painting diatas kaos Exit Kids, sebagai pendamping acara workshop Gembira Parenting. Selanjutnya diperisapkan alat dan bahan yang harus dipersiapkan selama acara T-shirt Painting, seperti persiapan untuk jumlah kaos dari tim designer, hingga pembelian cat dan kuas untuk acara berlangsung. Pekerja magang juga melakukan pendataan atau listing mengenai detail acara agar mengetahui hal-hal yang harus difollowup kepada supervisor agar tidak ada yang tertinggal atau terlupakan menggunakan Spreadsheet seperti pada gambar 3.3 dibawah ini

Event Activation - VIDIA Group					
	A	B	C	D	E
1	Gembira Parenting	Exit Kids Tiba-Tiba Meet Up		1-Nov-2025	
2					Keterangan
3	Prepare PKS		<input checked="" type="checkbox"/>	104-SPK-ExitKids	Selesai
4	Prepare Product and Size		<input checked="" type="checkbox"/>		make sure ke production fo Ready tgl 31
5	Choose one PIC for Lead Painting Class		<input checked="" type="checkbox"/>	elena makesure	Designer (Ela) buat brief untuk open spec kak Ela
6	Tim yang akan handle saat acara		<input checked="" type="checkbox"/>	elena makesure	4 orang total (designer, sosmed, elena, perbaikan konten)
7	Rundown		<input checked="" type="checkbox"/>	syifa	
8			<input type="checkbox"/>		
9	Barang-barang		<input type="checkbox"/>		
10	Alas untuk paintingnya		<input checked="" type="checkbox"/>	elena	Disediakan oleh pihak Gembira Parenting
11	Roll Banner		<input checked="" type="checkbox"/>	elena	done
12	Voucher exitkids		<input checked="" type="checkbox"/>	elena	CANCEL
13					
14	Timeline				big idea little hand intinya: exit kids support anak untuk menjadi kreatif.
	12.00 - 13.00 Team prepare kit dan penataan alas				brand exit kids itu mau nemenin anak-anak saat ortunya overwhelm
	13.00 - Opening form Gembira Parenting				saat ibu me time exit kids ada untuk nemenin anaknya
	13.00 - 13.30 Introducing lead Painting, dan perkenalan bahan-bahan				
	13.30 - 14.30 Proses Painting Tshirt				
	14.45 - 15.00 Foto Bersama dan Chit-Chat				
	15.00 - 15.15 Wrap up dan Closing				
15					
16	ceklis apa saja yg perlu dibawa:		<input checked="" type="checkbox"/>	ready	
17	2. hanger 25 kak mitta		<input checked="" type="checkbox"/>	done	
18	3. selotip kertas		<input checked="" type="checkbox"/>	done	
19	4. backup cat 10		<input checked="" type="checkbox"/>	done	
20	K. krisis hand sink, sand		<input type="checkbox"/>	done	

Gambar 3.3 Pendataan atau Detail Acara

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

2. Tahap Perancangan Acara (*Planning*)

Pada tahap perancangan acara ini pekerja magang mulai mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk acara T-shirt Painting ini. Dimulai dengan menuangkan seluruh cat yang sudah dibeli menjadi bentuk 1 set painting kit yang dapat digunakan per orang pada saat acara seperti yang terdapat pada gambar 3.4.



Gambar 3.4 Persiapan painting kit

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

Selanjutnya pekerja magang melakukan testing, dengan melakukan painting diatas kaos yang sudah disiapkan dengan tujuan agar mengetahui

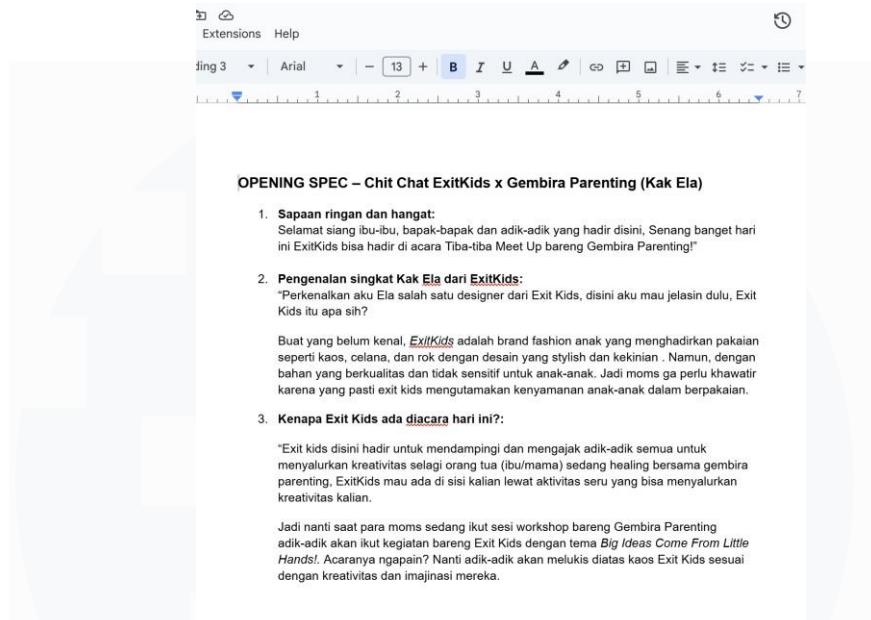
jika ada masalah kedepannya. Dan setelah dilakukan test terlihat bahwa jika painting yang dilakukan di 1 spot yang sama maka catnya akan menembus ke bagian belakang baju sehingga membutuhkan alas atau pelapis. Hal ini pun berakhir dikomunikasikan kepada supervisor, dan mendapatkan solusi yaitu menggunakan kertas pola atau kertas minyak agar tidak tembus saat dilakukan painting.



Gambar 3.5 Proses Testing T-shirt Painting

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

Setelah dilakukannya testing pekerja magang juga melakukan technical meeting bersama dengan para tim Gembira Parenting, agar dapat mengetahui detail dan juga mengkomunikasikan pelaksanaan dan detail selama D-day acara. Selain itu juga pekerja magang membuat brief opening speech seperti pada gambar 3.6 untuk dijelaskan secara langsung kepada Perwakilan *Head of designer* Brand Exit Kids yaitu Ibu Ella yang nantinya akan melakukan *chit-chat* bersama tim gembira parenting saat acara.



Gambar 3.6 Brief Acara T-shirt Painting Exit Kids

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

3. Tahap *Coordination*

Pada tahap ini setelah dilakukannya seluruh persiapan acara pelaksanaan event pun tiba. Event T-shirt Painting Exit Kids ini dihadiri oleh sekitar 15-16 anak. Dengan tim dari Exit Kids yang hadir total 3 orang, yaitu Designer Exit Kids, Pekerja Magang, dan satu Tim sosmed. Event berlangsung sekitar 3 jam yang dimulai dengan sesi chit-chat bersama dengan beberapa pihak sponsor dari Gembira Parenting serta chit-chat dengan *Head of Designer* Exit Kids yaitu Kak Ella. Selanjutnya dilanjutkan dengan sesi *T-shirt Painting* yang dilakukan oleh anak dan Ayah atau Bapak selagi Ibu atau Moms mengikuti sesi workshop bersama Gembira Parenting.

Selama acara berlangsung pekerja magang juga bertugas untuk memimpin serta mengkoordinasikan acara dengan pihak MC dari Gembira Parenting, agar dapat menyesuaikan waktu dengan sesi workshop yang sedang dilaksanakan oleh pihak Gembira Parenting dengan para Moms/ Ibu. Hal ini menjadi tantangan sendiri oleh pekerja magang karena

ternyata waktu durasi pelaksanaan T-shirt painting yang ternyata lebih cepat dari ekspektasi. Namun, pekerja magang menghadapi permasalahan ini dengan mencari kegiatan lagi dengan anak-anak, seperti mengajak mereka berfoto bersama dengan hasil baju yang sudah mereka lukis/painting.

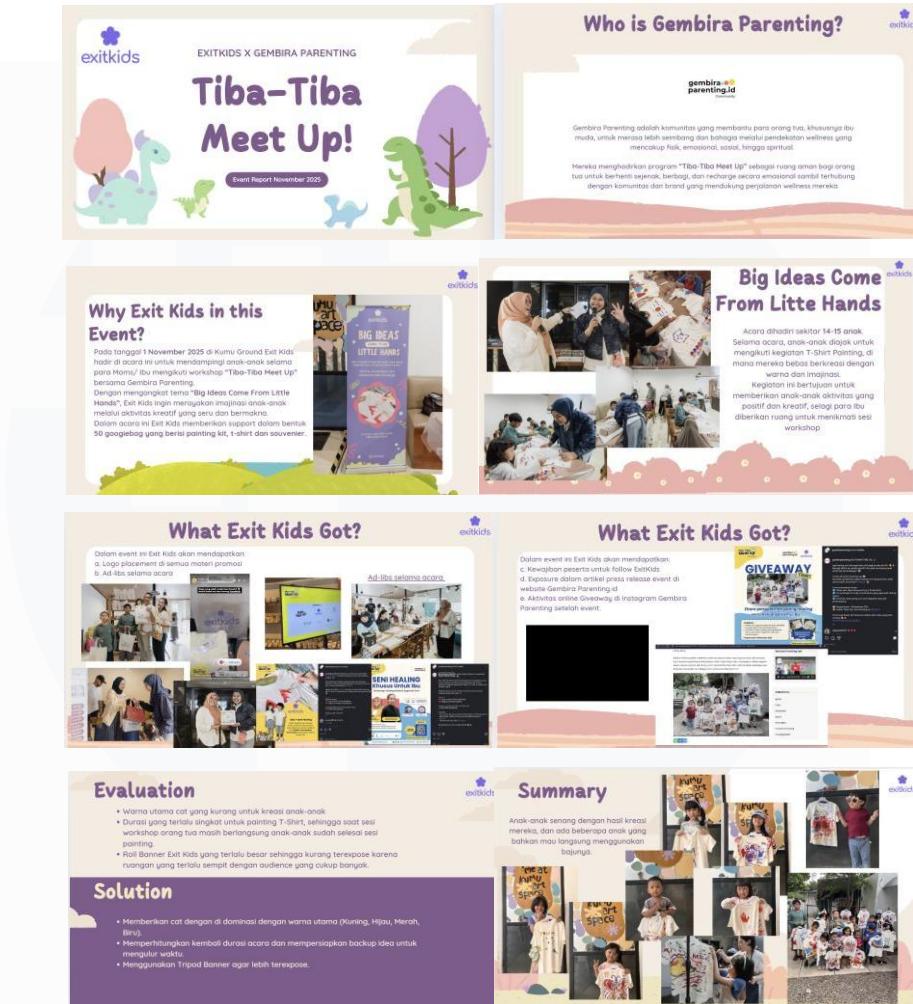


Gambar 3.7 Dokumentasi Pelaksanaan T-Shirt Painting Exit Kids bersama Gembira Parenting

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

4. Tahap Evaluasi (*Evaluation*)

Ditahap ini pekerja magang melakukan evaluasi dengan berbentuk presentasi report yang diberikan kepada supervisor. Dalam report tersebut berisikan tema dan kegiatan acara, bukti-bukti pelaksanaan acara, dan juga report mengenai output yang didapatkan oleh brand Exit Kids serta Evaluasi acara, saran, dan Kesimpulan dari keberhasilan event tersebut.



Gambar 3.8 Hasil Report Event Exit Kids T-shirt Painting

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

B. Expand Sunset Yoga (*Collaboration event*)

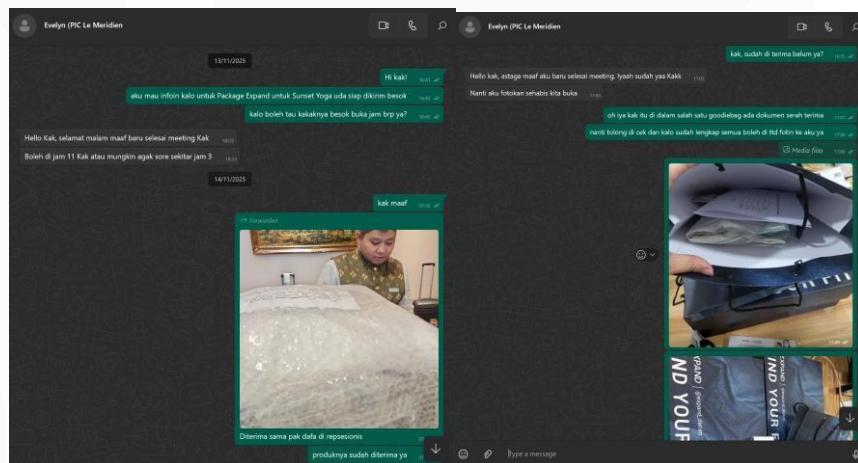
Event selanjutnya adalah kolaborasi antara Brand Expand dengan Le Meridien Jakarta dalam event mereka bertema Sunset Yoga. Event ini dilaksanakan pada tanggal 22 November 2025 bertempat di rooftop Hotel Le Meridien Jakarta. Tanggung jawab pekerja magang dalam event ini juga dimulai dari bagian perancangan atau design karena event ini sudah disetujui sebelum periode magang dimulai.

1. Tahap Perencanaan (*Design*)

Event yang dilaksanakan oleh Expand ini bersifat *tap in event* karena Expand menjadi salah satu *sponsor* dalam Event Sunset Yoga yang dilaksanakan oleh Le Meridien Jakarta.

2. Tahap Perencanaan Acara (*Event Planning*)

Pada tahap perencanaan acara Sunset Yoga ini Expand memberikan *support* berupa sesi *Raffle Prize* untuk mendapatkan 2 *Goodibag* Expand serta 2 *PR Package* dan total 40 *Vouchers* yang sudah di siapkan oleh pekerja magang dan sudah dikirimkan H-7 sebelum acara. Dalam hal ini pekerja magang bertanggung jawab terhadap seluruh keperluan kerja sama yang dilakukan antara Expand dengan Le Meridien Jakarta. Pekerja magang juga melakukan komunikasi langsung dengan pihak Le Meridien saat pengiriman barang dan dilakukannya proses serah terima.

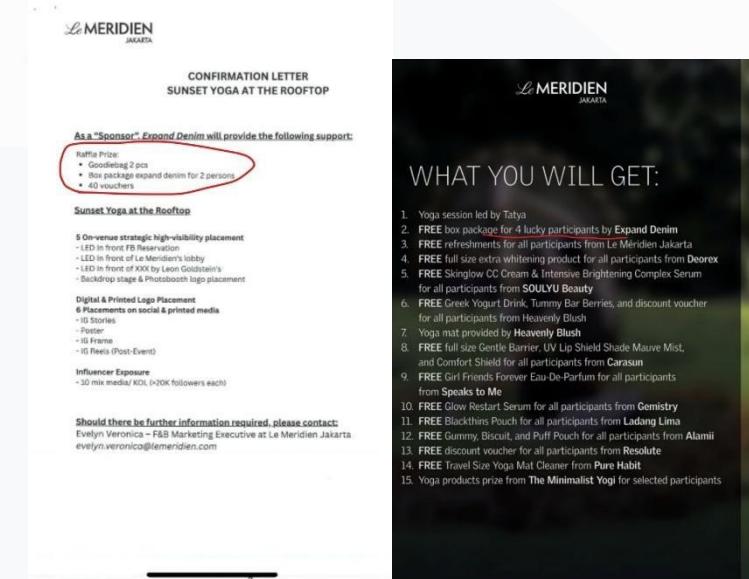


Gambar 3.9 Bukti Konfirmasi pengiriman produk Expand

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

Selain itu, pekerja magang juga melakukan koordinasi kepada pihak Le Meridien terkait masalah hadiah Expand untuk sesi *Raffle Prize*. Pada awalnya pihak Le Medirien mengumumkan di sosial media mereka bahwa untuk sesi *Raffle Prize* nantinya akan mendapatkan 4 free box package dari Expand Denim. Namun dari *confirmation letter* yang sudah disepakati bersama dalam Event ini Expand memberikan *support* berupa 2 *goodiebags*, 2 *PR package*, serta 40 *vouchers* Expand. Maka dari itu,

pekerja magang diminta oleh supervisor untuk melakukan konfirmasi kembali kepada pihak Le Meridien agar tidak terjadinya *misleading*.



Gambar 3.10 Bukti Confirmation Letter dengan pengumuman hadiah

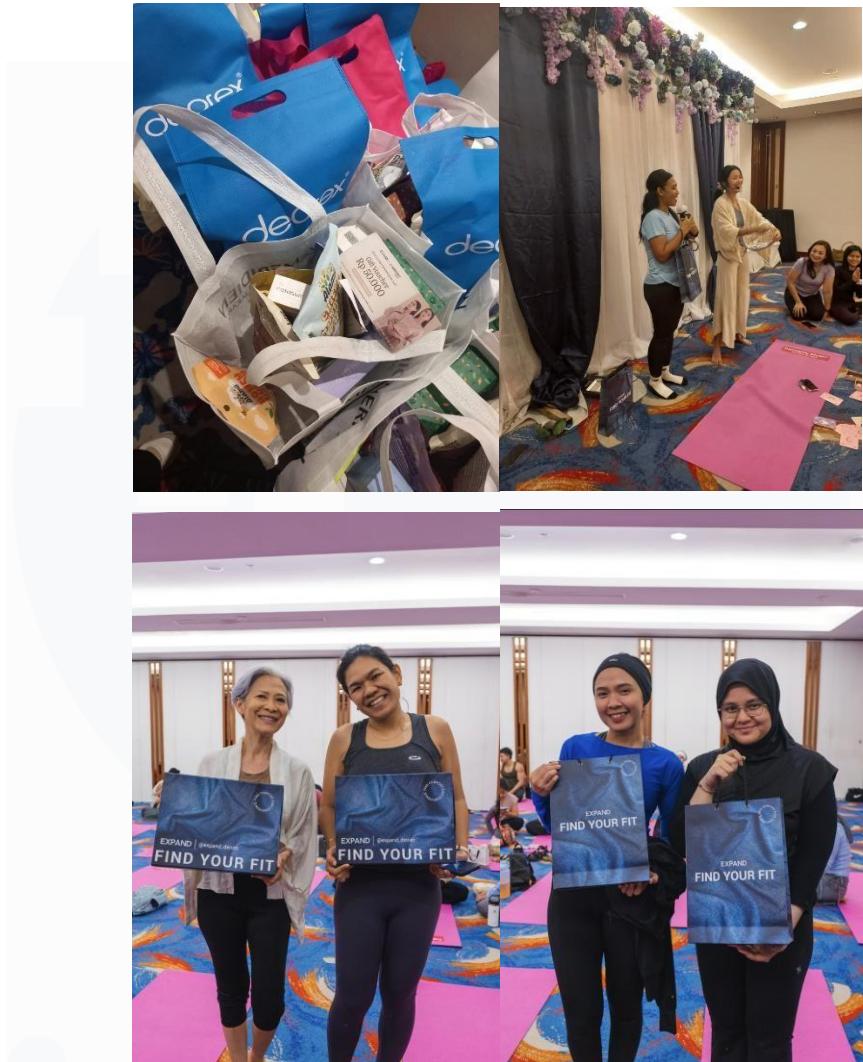
Raffle Prize Expand

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

3. Tahap Koordinasi (*Coordination*)

Pada tahap ini akan dijelaskan secara rinci terkait pelaksanaan acara.

Pekerja magang dalam hal ini bertanggung jawab untuk memastikan bahwa *Raffle Prize* Expand dilaksanakan dalam event Sunset Yoga oleh Le Meridien serta memastikan seluruh produk yang diberikan memang betul diberikan kepada para pemenang *Raffle Prize*. Selain itu juga, peserta magang bertanggung jawab untuk datang dan menghadiri acara Sunset Yoga tersebut mewakili Brand Expand serta memastikan seluruh logo placement Expand memang betul dan nyata.



Gambar 3.11 Dokumentasi Pemenang Raffle Prize Expand

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

4. Tahap Evaluasi (*Evaluation*)

Selanjutnya pada tahap evaluasi, pekerja magang membuat report terkait hasil dari event yang sudah dilaksanakan dalam bentuk presentasi report yang dikirimkan kepada supervisor. Dalam report tersebut berisi mengenai bukti serta dokumentasi selama acara berlangsung, dan juga dokumentasi mengenai pemenang *raffle prize* Expand. Selain itu juga dalam report juga dicantumkan bukti foto logo placement yang sudah dipublikasikan oleh pihak Le Meridien Jakarta.



Gambar 3.12 Hasil Report Event Expand x Le Meridien Jakarta

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

C. *Exit Ceramic Painting Workshop*

Event Ceramic Painting Workshop ini dilaksanakan oleh Exit yang menasarkan langsung kepada Exit Friends atau audiens Exit. Ceramic Painting Workshop ini juga berkerja sama dengan Tanakita Cermaic sebagai penyedia sesi Workshop Ceramic Painting. Pekerja magang bertanggung jawab dalam terlaksanakannya event ini dengan baik dan sesuai dengan tujuan utamanya yaitu, menjadikan Exit sebagai tempat aman bagi para audiencenya untuk mengekspresikan diri mereka masing-masing.

1. Tahap Perancangan (*Design*)

Pada tahap ini supervisor juga melibatkan tim sosial media dalam pelaksanaan karena dalam event ini total akan terdapat 15 peserta yang 10 pesertanya terdiri dari Pemenang Giveaway yang akan dilakukan di media sosial Exit. Syarat untuk mengikuti Giveaway ini calon peserta atau Exit Friends harus mengkomentari postingan Exit dengan menjelaskan warna apa yang paling menggambarkan diri mereka seperti pada gambar 3.13. Setelah itu nantinya ada terdapat 10 orang dengan komentar terunik yang

akan dipilih sebagai pemenang dari Giveaway tersebut. Selanjutnya untuk 5 peserta lainnya adalah KOLs yang akan menjadi tanggung jawab pekerja magang.



Gambar 3.13 Postingan Giveaway Ceramic Painting Workshop Exit

Sumber: Instagram Exit (2025)

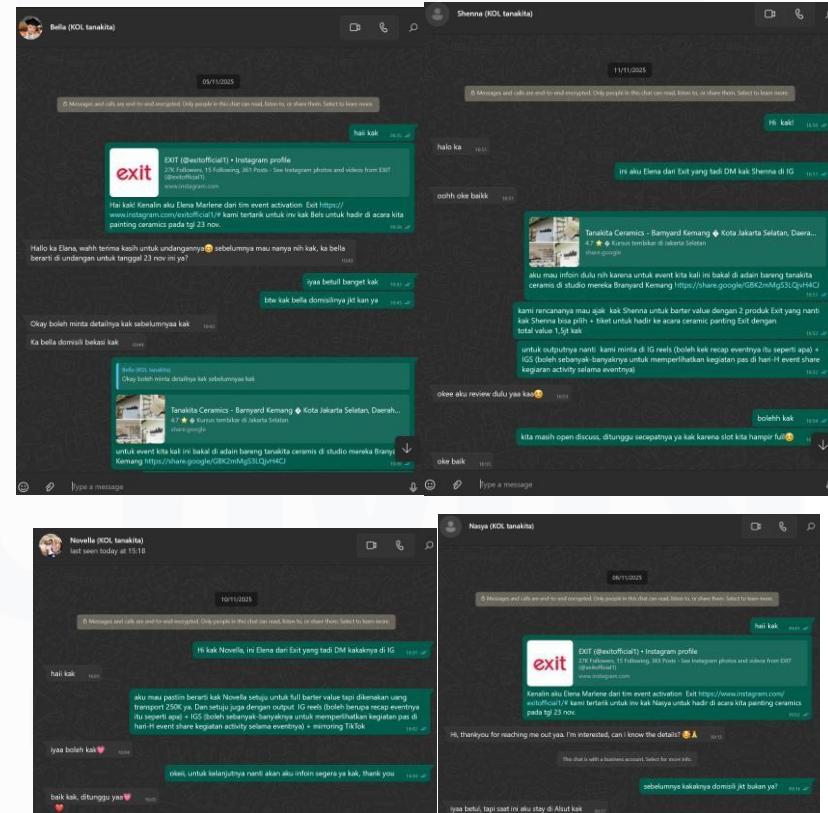
2. Tahap Perancangan Acara (*Event Planning*)

Dalam tahap perancanaan acara ini pekerja magang bertanggung jawab dalam memastikan acara berjalan sesuai dengan konsep awal yang sudah direncanakan. Pada tahap ini juga pekerja magang mempersiapkan beberapa hal penting seperti membuat data listing keperluan acara di spreadsheet yang nantinya dapat dicek oleh supervisor seperti pada gambar dibawah ini.

Gambar 3.14 Data Keperluan Acara Ceramic Painting

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

Dalam event ini juga peserta magang bertugas untuk mencari dan mengkontak calon-calon KOLs untuk ditawarkan kerja sama berupa *barter value* 2 produk Exit serta tiket untuk menghadiri *workshop ceramic painting* Exit dengan total *value* senilai Rp1,500,000,-. Dengan output yang akan didapatkan oleh brand yaitu publikasi media sosial berupa IGS dengan Reels serta Vidio Tiktok berisi keseluruhan rangkaian kegiatan yang diikuti oleh KOLs tersebut selama *workshop* yang diadakan oleh Exit. Setelah banyak pencarian yang dilakukan oleh pekerja magang para KOLs tersebut telah mendapatkan *approval* dari supervisor. Pekerja magang mendapatkan total 5 KOLs dengan 2 total KOLs yang setuju untuk full *barter value* dengan total value Rp1,500,000,- dan 3 KOLs paid atau berbayar.



Gambar 3.15 Bukti reach out KOLs

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

Selain itu juga, pekerja magang bertugas untuk mempersiapkan seluruh *goodiebags* yang nantinya akan didapatkan oleh 10 Pemenang *Giveaway* serta 5 KOLs. Total isi *goodiebags* yang didapatkan berisi 2 produk Exit serta 2 vouchers Exit. Dalam hal ini peserta magang melakukan koordinasi dengan tim operasional untuk pengambilan produk melalui bagian pergudangan. Pekerja magang juga bertanggung jawab atas keperluan keuangan selama acara ini sehingga pekerja magang harus membuat surat pengajuan dana yang diajukan kepada supervisor untuk keperluan selama acara. Dari dana yang sudah diajukan tersebut pekerja magang bertanggung jawab terhadap konsumsi seluruh peserta serta tim internal selama acara berlangsung. Setelah dilakukan diskusi bersama supervisor dan pekerja magang akhirnya memutuskan dalam event ini mendapatkan konsumsi Hokben yang nanti akan di koordinasikan oleh pekerja magang sendiri.

Pekerja magang juga membuat list melalui spreadsheet untuk pendataan peserta giveaway yang datang serta KOLs agar tidak ada yang terlewat. Selain itu juga peserta magang membuat form evaluasi setelah event ceramic painting workshop berlangsung yang nantinya akan dimasukan kedalam report.

3. Tahap Koordinasi (*Coordination*)

Pada D-Day Event yaitu pada tanggal 23 November 2025 pekerja magang hadir di studio tanakita Kemang bersama total 5 orang dari tim Exit serta 2 orang tim Tanakita. 5 orang tim Exit ini terdiri dari, pekerja magang, Ella bagian dari designer, Shafa dan Dian dari tim sosial media, serta Syifa dari tim eksternal event. Pekerja magang selama tahap koordinasi memastikan acara berjalan dengan lancar sesuai waktu yang sudah ditentukan serta memastikan seluruh peserta dan KOLs datang tepat waktu saat pembagian *goodiebags* dilakukan melalui pengecekan list yang sudah dibuat di spreadsheet sebelumnya. Setelah dilakukannya pengecekan terdapat satu pemengang giveaway yang ternyata tidak hadir.

Selanjutnya pekerja magang mengontak peserta tersebut untuk melakukan konfirmasi.



Gambar 3.16 Bukti chat Peserta yang tidak hadir

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

Dikarenakan supervisor tidak dapat hadir dalam event Ceramic Painting Workshop Exit ini pekerja magang diminta melakukan live report kepada supervisor melalui chattingan Whatsapp. Setelah acara berlangsung 1 jam awal pekerja magang langsung mulai memesan konsumsi agar saat sesi workshop sudah selesai konsumsi sudah siap dibagikan.





Gambar 3.17 Dokumentasi Event Ceramic Painting Workshop Exit

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

Setelah seluruh acara berjalan dengan lancar, pekerja magang juga harus melakukan koordinasi dengan pihak tanakita. Karena, setelah ceramic painting di lakukan ceramic tersebut tidak dapat langsung dibawa pulang oleh para peserta karena harus melalui proses pembakaran agar nantinya ceramic dapat digunakan untuk keperluan makan dan lain sebagainya. Selain itu juga dengan melalui proses pembakaran ceramic dapat bertahan lama dan tidak mudah rusak atau berjamur. Maka dari itu setelah hampir 1 bulan melalui proses pembakaran pihak tanakita pun mulai mengkontak pekerja magang untuk melakukan proses pengiriman ceramic painting ke perusahaan. Setelah sampai di perusahaan pekerja magang yang bertugas untuk melakukan proses pengiriman ke masing-masing peserta sesuai alamat yang sudah tertulis di data. Pekerja magang juga memastikan bahwa hasil ceramic painting sudah betul diterima oleh para peserta dan melakukan report kepada supervisor.

4. Tahap Evaluasi (*Evaluation*)

Selanjutnya adalah tahap evaluasi setelah acara berlangsung seperti biasa pekerja magang membuat hasil report yang nantinya akan diberikan kepada supervisor. Report yang didapat dari event ini adalah sangat memuaskan karna tercapainya tujuan utama Exit yang diraskan sendiri oleh para peserta yang menghadiri workshop tersebut. Hasil dari report ini

juga terbentuk suatu community melalui media Whatsapp bernama Exit Friends Community yang betujuan untuk menjadi informasi pertama untuk penyebaran event yang akan Exit buat nantinya.



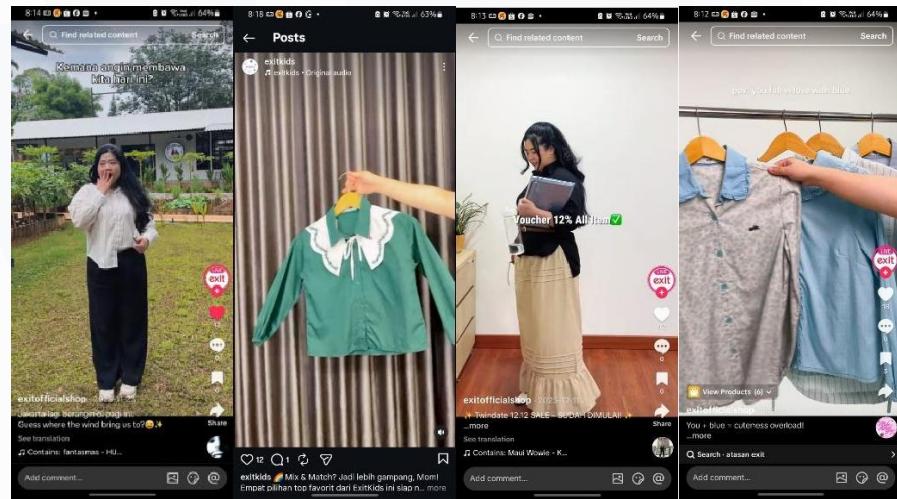
Gambar 3.18 Hasil Report Event Ceramic Painting Workshop Exit

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

3.3 Tugas dan Pekerjaan Lainnya

Dalam pelaksanaan magang juga pekerja magang berkontribusi dalam pembuatan konten untuk sosial media yang berperan sebagai talent. Menurut Mulyana (2020) dalam mencapai manajemen konten yang efektif terdapat lima tahapan utama yang terdiri dari, *planning*, *producing*, *distributing*, *monitoring*, serta *evaluating*. Dalam hal ini karena pekerja magang hanya berperan sebagai talent dalam pembuatan konten sosial media pekerja magang hanya masuk ke tahapan *producing* dimana pembuatan konten dilakukan. Dalam tahap *producing* ini pekerja magang lebih banyak berkontribusi dalam brand Exit serta Exit Kids.

Sebelum pembuatan konten dilakukan pekerja magang dijelaskan oleh tim sosial media terakit *brief* dan konten yang ingin dibuat seperti apa, sehingga pekerja magang dapat mengerti dan memiliki gambaran awal apa yang harus dilakukan. Setelah itu, baru *production* dilakukan hingga selesai.



Gambar 3.19 Hasil konten untuk sosial media Exit dan Exit Kids

Sumber: Dokumen Pribadi Pekerja Magang (2025)

Selain berkontribusi dalam pembuatan konten sosial media, pekerja magang juga berkontribusi dalam bazaar yang diadakan oleh brand Expand pada tanggal 8-13 Januari 2025 di BSD Tangerang dalam event MTQ. Dalam bazaar ini pekerja magang berkontribusi dalam pelaksanaannya yang dimana pekerja magang bertugas mewakili perusahaan untuk menjadi PIC dalam pelaksanaan bazaar tersebut. Selama bazaar berlangsung juga pekerja magang menggunakan teknik *personal selling* yang sudah dipelajari oleh pekerja magang dalam mata kuliah *Personal & Relationship Selling*. Menurut Baiduri et al. (2024) *Personal selling* merupakan komunikasi yang terjadi antara penjual dengan pembeli secara langsung, dimana penjual menghampiri pembeli untuk

mempromosikan produk yang dijual dengan tujuan untuk melakukan pembelian. Selain itu juga, pekerja magang ikut dalam melakukan opening bazaar hingga closing bazaar dari tanggal 8 hingga tanggal 10 Januari.

3.4 Kendala yang Ditemukan

Terdapat beberapa kendala yang ditemukan selama dilaksanakannya proses magang ini ada pun beberapa diantaranya sebagai berikut:

1. Adanya jadwal yang bertabrakan dengan photoshoot dan persiapan kampanye di awal tahun 2026, sehingga beberapa event harus ditunda dan tidak dapat dilaksanakan.
2. Pekerja magang diawal magang dimulai sangat kesulitan untuk menyesuaikan dan mengerti message yang ingin disampaikan dalam masing-masing brand.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang dialami oleh pekerja magang berikut ini adalah beberapa solusi atas kendala yang dialami:

1. Dari kendala beberapa event yang harus ditunda karena bertabrakan dengan jadwal, pekerja magang membuat beberapa opsi pilihan event yang dapat dilaksanakan dengan tanggal yang cocok untuk nantinya diajukan ke supervisor agar dapat dijadwalkan ulang untuk pelaksanaan event.
2. Untuk mengatasi masalah kesulitan dalam mengerti message yang ingin disampaikan dari masing-masing brand, pekerja magang melakukan komunikasi kembali dengan supervisor agar memperjelas hal tersebut dan juga melakukan beberapa riset kembali terkait event-evnt yang sudah pernah dilaksanakan oleh brand-brand tersebut. Pekerja magang juga bertanya dengan lingkungan sekitar yaitu karyawan-karyawan yang lain agar bisa lebih mengerti dan mendapat pandangan baru.