

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan kerja praktik yang telah dilaksanakan selama empat bulan di Sayogo Incorporated, penulis memperoleh pengalaman serta pembelajaran yang komprehensif mengenai peran dan fungsi *Event Coordinator* dalam manajemen *event*. Selama proses kerja praktik, penulis mengamati, Sayogo Incorporated merupakan event organizer yang memiliki karakteristik tematik dan selalu menciptakan konsep-konsep baru untuk setiap event, sehingga mampu memberikan pengalaman yang unik, berkesan, dan sesuai dengan keinginan klien. Peran *Event Coordinator* menjadi kunci utama dalam memastikan seluruh rangkaian acara, mulai dari *pre-production*, *production*, dan *post*, berjalan sesuai rencana.

Pengalaman nyata yang didapat, penulis memahami bahwa manajemen *event* menuntut koordinasi yang kuat, kreativitas yang tinggi, serta kemampuan pengambilan keputusan yang cepat dan tepat. Tahapan manajemen *event* yang meliputi riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi terbukti saling berkaitan dan berperan penting dalam kesuksesan sebuah acara. Selain itu, interaksi dengan klien, vendor, dan seluruh *crew* memberikan gambaran langsung tentang bagaimana komunikasi profesional dibangun dalam industri kreatif, khususnya dalam penyelenggaraan *event*.

Kerja praktik ini juga membantu penulis mengembangkan keterampilan teknis maupun interpersonal, seperti penyusunan *rundown*, *brainstorming* konsep acara, pengelolaan *crew*, hingga penyelesaian masalah di lapangan. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa kerja praktik di Sayogo Incorporated memberikan kontribusi besar bagi peningkatan kompetensi penulis, baik secara akademis maupun dalam kesiapan memasuki dunia kerja di bidang komunikasi dan *event management*.

IV.2 Saran

Berdasarkan pengalaman selama kerja praktik, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Sayogo Incorporated maupun bagi mahasiswa yang akan menjalani kerja praktik di bidang serupa. Pertama, bagi Sayogo Incorporated, disarankan untuk terus mempertahankan budaya kreativitas dan *brainstorming* tim yang selama ini menjadi kekuatan perusahaan. Namun, akan lebih optimal apabila perusahaan meningkatkan sistem dokumentasi internal pada setiap event, baik terkait perencanaan, running program, maupun evaluasi. Hal ini dapat menjadi arsip referensi yang lebih terstruktur bagi ECO maupun *crew* baru.

Kedua, Sayogo Incorporated juga dapat mempertimbangkan untuk mengadakan pelatihan internal rutin bagi para *crew*, khususnya bagi posisi yang membutuhkan ketelitian tinggi seperti *field manager*, *stage manager*, dan PIC lainnya. Dengan adanya pelatihan berkala, kualitas eksekusi *event* akan semakin stabil dan sesuai dengan standar perusahaan, terutama untuk *event* berskala besar yang melibatkan banyak divisi dan vendor.

Ketiga, saran bagi internal kantor Sayogo Incorporated dapat dipertimbangkan untuk membagi Kembali *job desc* agar tidak terjadi ketimpangan dalam pekerjaan. Pembagian *job desc* yang merata sesuai dengan pekerjaannya

membuat setiap divisi dapat bekerja maksimal dan dapat bekerja sesuai dengan jam efektif.

Sementara saran bagi mahasiswa yang akan melaksanakan kerja praktik di bidang *event management*, disarankan untuk memiliki kesiapan fisik dan mental, karena industri *event* memiliki jam kerja yang dinamis dan terkadang melebihi jam kerja reguler yang cukup ekstrim. Selain itu, penting bagi mahasiswa untuk bersikap proaktif, kreatif, serta mampu bekerja di bawah tekanan. Penulis juga menyarankan untuk memaksimalkan kesempatan belajar dari setiap tahapan event, baik dari proses *meeting*, pembuatan konsep, hingga eksekusi acara di lapangan.

Dengan adanya saran ini, penulis berharap kerja praktik bagi mahasiswa di masa mendatang dapat memberikan pengalaman yang lebih efektif dan berdampak bagi seluruh pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, K. E., & Syafganti, I. (2022). Analisis Tahapan Pelaksanaan Event CSR Berdasarkan Konsep Donald Getz. *Jurnal Bisnis Event*, 3 (11), 65–70.
- Dewidianto, R., & Putri Ayu Ningsih, C. (2024). Peran Komunikasi Organisasi dalam Event Organizer (Studi pada Event Organizer Soundtrack Indonesia Kota Palembang). *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1, 1–10.
<https://doi.org/10.47134/jbk.d.v1i4.277>
- Fitriansyah, M. A., Bima, M., Winardi, S., Bilal, M., Hidayah, N., Abadi, W., Febriana, P., & Fikri, A. (2022). Analisis event organizer Jawa Pos dalam pengelolaan hari jadi ke 77 Pemerintah Provinsi Jawa Timur. *Youth Communication Day*, 180(01), 180–188.
<https://doi.org/10.12928/y.c.d.v1i1.12265>
- Jenty, F., & Setyanto, Y. (2018). Pemanfaatan Event sebagai Upaya Public Relations dalam Membangun Reputasi Perusahaan (Studi pada PT. XYZ sebagai pendukung kegiatan Asian Games 2018). *Prologia*, 2 (2), 320–326.
- Juliana. (2022a). *LAPORAN KERJA PRAKTEK Tentang: PELAKSANAAN MANAJEMEN EVENT DI PT SRIKANDI MEDIA KREATIF*.
- Juliana. (2022b). *LAPORAN KERJA PRAKTEK Tentang: PELAKSANAAN MANAJEMEN EVENT DI PT SRIKANDI MEDIA KREATIF*.
- Kamil, A., Studi, P., & Pembangunan, E. (2015). *INDUSTRI KREATIF INDONESIA: PENDEKATAN ANALISIS KINERJA INDUSTRI* (Vol. 10, Issue 2).
- Nur Ardiyanto, T., & Pratiwi Wahyu Widiarti, D. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI EVENT ORGANIZER CV CN CORPORATION DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI TENGAH PANDEMI COVID-19 CV CN CORPORATION EVENT ORGANIZER COMMUNICATION STRATEGY IN MAINTAINING EXISTENCE IN THE MIDDLE OF THE COVID-19 PANDEMIC*.
- Twin Sapta Hulu, S. (2024). *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) STRATEGI HUMAS HOTEL 101 URBAN JAKARTA PEMUDA DALAM MENINGKATKAN OCCUPANCY HOTEL*.

- Uhai, S., Iswandari, R. K., Indriani, N., Arifin, P. K., & Nurhidayati, A. F. (2021). PELATIHAN MANAJEMEN EVENT UNTUK KELOMPOK SADAR WISATA DI DESA WISATA PELA KECAMATAN KOTA BANGUN KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA. *Sebatik*, 25(2), 477–483. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i2.1459>
- Uljanatunnisa, U., Handayani, L., & Alisyah, V. (2020). ANALISIS MANAJEMEN EVENT (Studi Kasus Program CSR Wirausaha Muda Mandiri 2019). *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.33021/exp.v3i1.1068>
- Urazova, S. L. (2023). Creative industries: visualization of communications and aestheticization of media forms. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(3), 585–594. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-3-585-594>