

ABSTRAK

Tiara Zahira Novianti (2019041157)

KEGIATAN MANAJEMEN ACARA PADA DIVISI MARKETING COMMUNICATION DI PT MERAH PUTIH MEDIA

Dalam menjalani kegiatan kerja profesi yang dilakukan oleh praktikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya, praktikan bergabung dengan PT Merah Putih Media dan ditempatkan pada divisi Marketing Communication. Selama masa kerja profesi ini, praktikan mempelajari berbagai aspek yang berkaitan dengan perancangan, persiapan, dan pelaksanaan acara spesial perusahaan, yang sangat sesuai dengan materi yang dipelajari dalam mata kuliah Manajemen Acara. Proses ini melibatkan tahapan detail mulai dari perencanaan konsep acara, pengorganisasian sumber daya, hingga eksekusi acara yang efektif dan efisien. Praktikan secara aktif terlibat dalam setiap tahap, mulai dari menyusun proposal acara, merancang anggaran, hingga koordinasi dengan berbagai pihak terkait untuk memastikan kelancaran pelaksanaan acara.

Praktikan mendalami tugas dan fungsi Public Relations (PR) dalam upaya membangun dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik internal maupun eksternal perusahaan. Hal ini mencakup strategi komunikasi yang efektif, manajemen isu, dan pengelolaan citra perusahaan. Praktikan mempelajari bagaimana menyusun rilis pers, mengelola media sosial perusahaan, serta menjalin hubungan dengan media dan mitra bisnis. Pengalaman ini memberikan praktikan pemahaman praktis dan menyeluruh tentang bagaimana teori yang telah dipelajari di bangku kuliah diterapkan dalam dunia kerja nyata.

Melalui kerja profesi ini, praktikan mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan praktis dalam bidang komunikasi dan hubungan masyarakat, memperkuat kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kerja yang dinamis, serta meningkatkan kemampuan dalam berkolaborasi dengan tim. Keseluruhan pengalaman ini tidak hanya memperkaya wawasan praktikan dalam bidang komunikasi, tetapi juga mempersiapkan praktikan untuk menghadapi tantangan profesional di masa depan. Dengan demikian, kerja profesi ini menjadi pengalaman berharga yang menghubungkan antara teori akademis dan praktik industri, serta membantu membentuk kompetensi praktikan sebagai calon profesional di bidang Ilmu Komunikasi.

Kata kunci : Acara Spesial, *Public Relations*, *Marketing Communication*