

**EFEKTIFITAS *EVENT OPEN HOUSE WEDDING* DI TAMAN DAYU
GOLF CLUB & RESORT**

LAPORAN MAGANG



**UNIVERSITAS
MA CHUNG**

Clementine Widyadhari Btari Adwidya

112210018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MA CHUNG**

MALANG

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang berjudul:

“EFEKTIVITAS EVENT OPEN HOUSE WEDDING DI TAMAN DAYU GOLF CLUB & RESORT”

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Clementine Widyadhari Btari Adwidya

NIM : 1122100118

Program Studi : Manajemen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ma Chung, pada tanggal 11 Juli 2025 dan memenuhi syarat diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Srata Satu (S1).

Dosen Pembimbing



Peter Romy Yosy Pasla, SE., M.Bus.
NIP. 20070067

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Tarsisius Renald Suganda, S.E., M.Si, Ph.D., C.R.A., CIC
NIP. 20080021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang yang berjudul: **"EFEKTIVITAS EVENT OPEN HOUSE WEDDING DI TAMAN DAYU GOLF CLUB & RESORT"** yang merupakan hasil dari karya tulis saya sendiri dan bukan karya plagiat yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dengan mencantumkan sumber referensi yang sesuai dengan aslinya dan sebagaimana mestinya. Semua sumber referensi yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Berikut pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya,

Pandaan, 8 Juli 2025



Clementine Widyadhari B. Adwidya

NIM. 112210018

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas anugerah, kemurahan, dan kasih setia-Nya yang senantiasa menyertai dan menolong penulis dalam setiap langkah kehidupan. Hanya karena kasih dan berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Magang yang berjudul "*Efektivitas Event Open House Wedding di Taman Dayu Golf Club & Resort*" dengan lancar dan selesai tepat waktu. Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Laporan Magang ini masih jauh dari kesempurnaan karena segala keterbatasan yang ada. Dengan tersusunnya Laporan Magang ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada para pihak yang telah memberi dukungan kepada penulis baik secara moril maupun material, diantaranya yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, MS., M.Sc., selaku Rektor Universitas Ma Chung.
2. Bapak Tarsisius Renald Suganda, S.E., M.Si. Ph.D., C.R.A., CIC., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Uki Yonda Asepta, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Ma Chung.

4. Bapak Peter Remy Yosy Pasla, S.E., MBus., selaku Dosen Pembimbing, yang memberikan saran dan masukan dengan sangat baik dalam menyempurnakan laporan ini.
5. Bapak Michael Christafel selaku *General Manager* Taman Dayu Golf Club & Resort, Ibu Diyani Atikasari, selaku *Cluster Human Resources Manager*, dan Ibu Ermida selaku *HR & Training Executive* yang telah memberikan pengalaman dan dukungan dengan sangat baik selama kegiatan magang berlangsung.
6. Ibu Ratih Anggraini selaku *Senior Sales Manager* yang telah membimbing selama kegiatan magang berlangsung.
7. Ibu Rizka Dwi, Ibu Deni, Ibu Eka, Ibu Elda, Bapak Zano dan Kak Sesil yang telah berbagi pengalaman selama kegiatan magang berlangsung.
8. Seluruh pegawai Taman Dayu Golf Club & Resort yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan kegiatan magang.
9. Keluarga, orang tua, dan saudara tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan penuh kepada penulis.
10. Elshadday Eunike Lithia yang selalu menemani, mendengarkan keluh kesah, serta memberi dukungan maupun bantuan kepada penulis.
11. Apfia Trifena, Celine Agatha, Deshinta Putri, Amadea Ayu selaku teman terdekat penulis yang menjadi tempat berbagi cerita dan selalu dukungan kepada penulis.

12. Kepada pihak-pihak yang penulis belum dapat sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang dengan baik

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses menyelesaikan Laporan Magang ini. Saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan oleh penulis di masa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pihak lain yang berkepentingan.

Pandaan, 8 Juli 2025



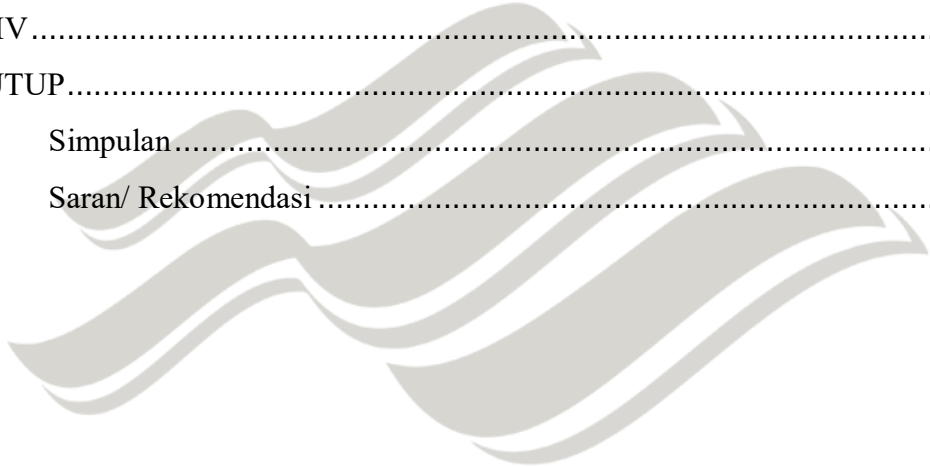
Clementine Widyadhari Btari Adwidya

UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Magang	1
1.2 Tujuan Magang	3
1.3 Manfaat Magang	3
1.3.1 Bagi Mahasiswa.....	3
1.3.2 Bagi Universitas	3
1.3.3 Bagi Perusahaan	4
BAB II	5
PELAKSANAAN MAGANG	5
2.1 Perencanaan Magang	5
2.1.1 Tempat Pelaksanaan Magang.....	5
2.1.2 Waktu pelaksanaan.....	5
2.1.3 Rencana Kegiatan Magang.....	5
2.2 Gambaran Umum Perusahaan.....	9
2.2.1 Sejarah Perusahaan.....	9
2.2.2 Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan	10
2.2.3 Bidang Usaha	12
2.2.4 Struktur Organisasi.....	14
2.2.5 Produk/ Jasa Perusahaan	17
2.2.6 Layanan Taman Dayu Golf Club & Resort.....	22

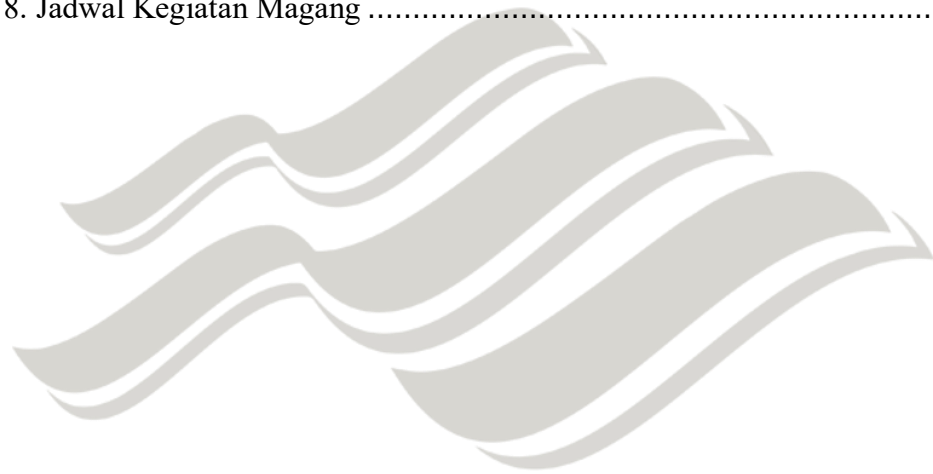
2.3	Paparan Kegiatan	26
2.3.1	Fokus Kegiatan.....	26
BAB III		37
EVALUASI MAGANG		37
3.1	Permasalahan.....	37
3.2	Pembahasan.....	38
3.3	Solusi.....	43
3.4	Pengalaman Belajar	46
BAB IV		48
PENUTUP.....		48
4.1	Simpulan.....	48
4.1	Saran/ Rekomendasi	49



UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR TABEL

Table 1. Rencana Kegiatan Magang di Taman Dayu Golf Club & Resort.....	5
Table 2. Job Description	14
Table 3. Publish Rate Hotel Taman Dayu Golf Club & Resort	22
Table 4. School Package	23
Table 5. Arisan Chit & Chat	23
Table 6. Wedding Package	24
Table 7. Golf Rate	24
Table 8. Jadwal Kegiatan Magang	27



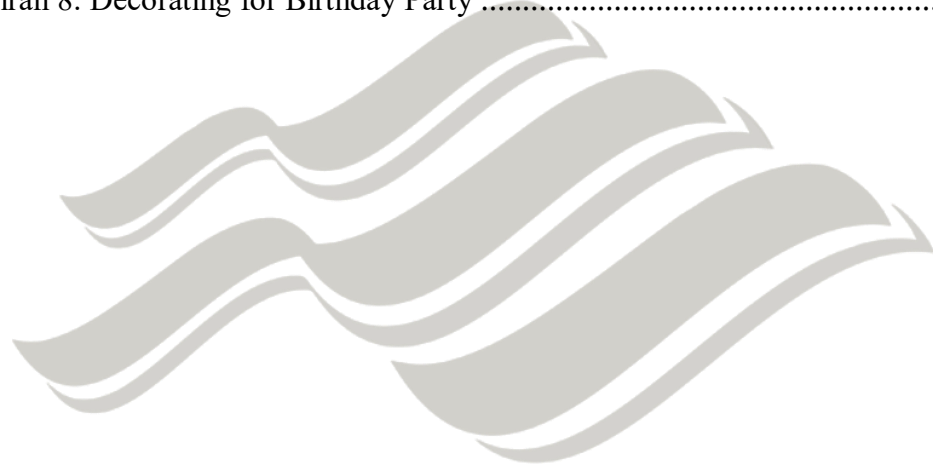
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Budaya Perusahaan	11
Gambar 2. Logo Tanly Hospitality	12
Gambar 3. Logo Taman Dayu Golf Club & Resort	12
Gambar 4. Struktur Organisasi Taman Dayu Club & Resort	14
Gambar 5. Room Type: Suite Room.....	17
Gambar 6. Room Type: Deluxe Room.....	18
Gambar 7. Room Type: Superior Room	18
Gambar 8. Room Type: Bungalow Deluxe	18
Gambar 9. Room Type: Bungalow Suite	19
Gambar 10. Room Type: 3 Bedroom Villa.....	19
Gambar 11. Room Type: 4 Bedroom Villa.....	19
Gambar 12. Golf Course	20
Gambar 13. Driving Range	20
Gambar 14. Proshop.....	20
Gambar 15. Jack Terrace Restaurant.....	21
Gambar 16. Grand Arjuno Ballroom	21
Gambar 17. Welirang Meeting Room.....	21
Gambar 18. Lawu Meeting Room	22
Gambar 19. Penanggungan Meeting Room	22

UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Farewell Party	50
Lampiran 2. Monthly Trainee Meeting	50
Lampiran 3. Event Golf Tournament	50
Lampiran 4. Monthly Sales Marketing Meeting	50
Lampiran 6. Doorprize Distribution at Middle Year Golf Tournament	50
Lampiran 5. Halal Bihalal & Motivational Training	50
Lampiran 7. Promotion of Open House Wedding on Pas FM Surabaya	50
Lampiran 8. Decorating for Birthday Party	50



UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Magang

Magang merupakan salah satu bentuk pembelajaran di luar kampus yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata. Magang adalah kegiatan pelatihan ataupun kursus yang dilakukan oleh mahasiswa untuk meningkatkan kompetensi *soft skill* yang dimiliki (Lutfia & Rahadi, 2020). Melalui program magang, mahasiswa memiliki kesempatan untuk meningkatkan pemahaman terhadap dunia kerja, melatih kemampuan komunikasi, serta melatih kedisiplinan dan tanggung jawab. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang meluncurkan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan Upaya pemerintah untuk memberikan kesempatan mahasiswa untuk belajar langsung di dunia kerja. Dengan demikian, mahasiswa juga memperoleh pengalaman dalam melatih kemampuan komunikasi, kedisiplinan, dan tanggung jawab yang akan menjadi bekal di dunia kerja.

Penulis melaksanakan kegiatan magang di Taman Dayu Golf Club & Resort, sebuah Perusahaan yang bergerak di bidang *hospitality* dan pariwisata karena tempat ini menjadi salah satu destinasi utama di Pandaan yang menawarkan fasilitas lengkap untuk berbagai jenis kegiatan, seperti penyewaan venue untuk pernikahan, Taman Dayu Golf Club & Resort menghadirkan konsep pernikahan *outdoor* dengan *view* lapangan golf yang jarang dimiliki oleh *venue* pernikahan lainnya. Dalam industri ini, penyelenggaraan suatu *event* menjadi bagian penting dari strategi

pemasaran dan pelayanan perusahaan. Salah satu bentuk promosi yang baru pertama kali diselenggarakan oleh Taman Dayu Golf Club & Resort adalah *Open House Wedding*, yaitu kegiatan promosi *venue* pernikahan yang dikemas dalam bentuk pameran terbuka dan simulasi pernikahan. *Event* ini bertujuan untuk memperkenalkan fasilitas, layanan, paket pernikahan serta suasana pernikahan di area outdoor kepada calon pengantin dan tamu undangan. Dalam pelaksanaan *event* ini, Taman Dayu Golf Club & Resort juga menjalin kolaborasi dengan Everlast Project, salah satu *Wedding Organizer* asal Surabaya, untuk menciptakan pengalaman yang lebih berkesan bagi calon pengantin.

Selama masa magang di Taman Dayu Golf Club & Resort, penulis ditempatkan pada Departemen *Sales & Marketing* pada bagian *Marketing Communication* yang memiliki tanggung jawab dalam kegiatan promosi dan publikasi. Melalui keterlibatan dalam pelaksanaan event ini, penulis dapat mengamati langsung bagaimana proses perencanaan, koordinasi, dan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh tim *Sales & Marketing*. Selain itu, penulis juga memperoleh kesempatan untuk menilai sejauh mana event tersebut berdampak pada pencapaian tujuan Perusahaan, khususnya aspek promosi dan penjualan *venue wedding*. Efektivitas event ini menjadi poin penting untuk dianalisis karena berpengaruh pada kepuasan pelanggan, citra Perusahaan, dan pencapaian target perusahaan. Selain itu, juga dapat memberikan masukan untuk perbaikan dan pengembangan *event* di masa mendatang. Keberhasilan acara dapat berdampak signifikan pada kepuasan klien, reputasi merek, hasil ekonomi, dan perkembangan industri (Muarif et al., 2024). Oleh sebab itu, laporan magang ini disusun dengan tujuan untuk menilai

tingkat efektivitas pelaksanaan *Event Open House Wedding* di Taman Dayu Golf Club & Resort sebagai salah satu bentuk strategi promosi perusahaan.

1.2 Tujuan Magang

Adapun tujuan yang hendak dicapai oleh penulis melalui kegiatan magang yang dilaksanakan di Taman Dayu Golf Club & Resort ini adalah sebagai berikut:

- a. Menambah wawasan dan pengalaman mengenai dunia kerja khususnya dalam bidang *sales & marketing* serta komunikasi internal didalam suatu Perusahaan.
- b. Meningkatkan pengetahuan dan pengalaman untuk lebih siap dalam menghadapi realita dunia kerja dengan berbagai situasi dan keadaan.
- c. Meningkatkan keterampilan dalam menjalankan pekerjaan yang selaras dengan keahlian.

1.3 Manfaat Magang

1.3.1 Bagi Mahasiswa

- a. Mendapatkan pengalaman kerja nyata di industry *hospitality*.
- b. Menambah wawasan dan kesiapan dalam menghadapi tantangan di dunia kerja.
- c. Memperoleh kesempatan untuk menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan, khususnya dalam bidang pemasaran dan keterampilan berkomunikasi dengan orang lain.

1.3.2 Bagi Universitas

- a. Terjalinnnya kerjasama yang baik antara Universitas dengan perusahaan tempat mahasiswa magang.

- b. Sebagai sarana untuk mengukur kemampuan serta kompetensi mahasiswa Universitas Ma Chung di dalam dunia kerja.
- c. Membangun citra kualitas dari Universitas Ma Chung dalam membangun karakter mahasiswa dan sebagai sarana menjalin kerjasama dengan pihak eksternal Universitas Ma Chung.

1.3.3 Bagi Perusahaan

- a. Taman Dayu Golf Club & Resort memperoleh tambahan tenaga kerja yang dapat membantu meningkatkan kinerja operasional Perusahaan.
- b. Taman Dayu Golf Club & Resort dapat semakin dikenal oleh dunia universitas dan mahasiswa.
- c. Taman Dayu Golf Club & Resort berkontribusi secara nyata dalam membina mahasiswa agar mampu menjadi lulusan yang siap bekerja secara profesional di dunia nyata.

UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB II

PELAKSANAAN MAGANG

2.1 Perencanaan Magang

2.1.1 Tempat Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan program magang bertempat di Taman Dayu Golf Club & Resort, yang berlokasi di Jl. Raya Surabaya - Malang No.KM. 48, Bulukandang, Kec. Prigen, Pasuruan, Jawa Timur.

2.1.2 Waktu pelaksanaan

Kegiatan magang ini dilaksanakan pada tanggal 3 Februari 2025 hingga 3 Agustus 2025, setiap hari Senin sampai Jumat pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB. Namun, jadwal dapat berubah apabila terdapat *event* pada hari Sabtu dan Minggu, dengan jam kerja pukul 06.00 WIB hingga 15.00 WIB.

Waktu pelaksanaan magang telah disesuaikan dengan prosedur magang yang ditetapkan Universitas Ma Chung, dengan syarat jumlah jam kerja minimal 900 jam.

2.1.3 Rencana Kegiatan Magang

Table 1. Rencana Kegiatan Magang di Taman Dayu Golf Club & Resort

No.	Tanggal	Aktivitas	Waktu
1.	Minggu 1 3 – 7 Februari 2025	Mahasiswa akan diperkenalkan dengan karyawan Taman Dayu Golf Club & Resort. Mahasiswa akan mengenal profil dan budaya Perusahaan Taman Dayu Golf Club & Resort. Beradaptasi dengan lingkungan suasana dan lingkungan baru	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)

2.	Minggu 2 10 – 14 Februari 2025	Mahasiswa akan mulai memahami jobdesc bagian <i>Marketing Communication</i> . Mahasiswa akan membuat desain untuk <i>flyer/ banner</i> . Mahasiswa akan melakukan observasi kegiatan harian tim <i>Marketing Communication</i> .	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
3.	Minggu 3 17 – 21 Februari 2025	Mahasiswa akan berperan dalam mendokumentasikan setiap kegiatan selama pelaksanaan <i>event</i> . Belajar alur approval konten promosi.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
4.	Minggu 4 24 – 28 Februari 2025	Mahasiswa akan membantu pembuatan konten harian (<i>reels, story, caption</i>). Mahasiswa akan membantu kegiatan promosi secara <i>offline</i> .	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
5.	Minggu 5 3 – 7 Maret 2025	Mahasiswa akan membantu pengelolaan kalender konten. Mahasiswa akan turut serta dalam perencanaan kampanye promosi <i>event</i> .	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
6.	Minggu 6 10 – 14 Maret 2025	Mahasiswa akan menyusun materi untuk promosi tiap departemen untuk media sosial. Mahasiswa akan terlibat dalam pembuatan konten harian.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
7.	Minggu 7 17 – 21 Maret 2025	Mahasiswa akan membantu desain konten promosi menggunakan aplikasi <i>canva</i> . Mahasiswa akan mengunggah konten yang telah dibuat.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
8.	Minggu 8 24 – 28 Maret 2025	Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan melakukan evaluasi pada konten yang telah di unggah. Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan menyusun laporan <i>engagement</i> media sosial.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
9.	Minggu 9 31 Maret – 4 April 2025	Mahasiswa akan terlibat dalam perencanaan promosi <i>event</i> . Mahasiswa akan membantu menyusun kebutuhan promosi semua <i>event</i> yang ada.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)

10	Minggu 10 7 – 11 April 2025	Mahasiswa akan membantu melaakukan publikasi sebelum <i>event</i> . Mahasiswa akan mengunggah konten yang telah dibuat.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
11.	Minggu 11 14 – 18 April 2025	Mahasiswa akan turut serta dalam pelaksanaan event seperti dokumentasi, <i>live update</i> di sosial media, publikasi <i>real time</i>	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
12.	Minggu 12 21 – 25 April 2025	Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan melakukan evaluasi pada konten yang telah di unggah. Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan menyusun laporan <i>engagement</i> media sosial	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
13.	Minggu 13 28 April – 2 Mei 2025	Mahasiswa akan belajar copywriting. Mahasiswa akan terlibat dalam perencanaan promosi <i>event</i>	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
14	Minggu 14 5 – 9 Mei 2025	Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan membuat video promosi untuk video kamar hotel/ bungalow. Mahasiswa akan mengunggah konten yang telah dibuat.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
15.	Minggu 15 12 – 16 Mei 2025	Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan membuat video promosi untuk video makanan dan minuman yang ada di resto. Mahasiswa akan membantu melakukan publikasi sebelum <i>event</i> .	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
16.	Minggu 16 19 – 23 Mei 2025	Mahasiswa akan membuat konten harian dan diunggah di sosial media. Mahasiswa akan membantu menyusun kebutuhan promosi semua <i>event</i> yang ada.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
17.	Minggu 17 26 – 30 Mei 2025	Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan melakukan evaluasi pada konten yang telah diunggah.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)

		Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan membuat laporan <i>engagement</i> media sosial.	
18.	Minggu 18 2 – 6 Juni 2025	Mahasiswa akan membantu persiapan <i>event</i> yang ada. Mahasiswa akan terlibat dalam perencanaan promosi <i>event</i> .	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
19.	Minggu 19 9 – 13 Juni 2025	Mahasiswa akan menjadi tim dokumentasi pada <i>event</i> yang ada. Mahasiswa akan melakukan pembuatan konten recap <i>event</i> dalam bentuk video singkat.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
20.	Minggu 20 16 – 20 Juni 2025	Mahasiswa akan membantu desain konten promosi menggunakan aplikasi canva. Mahasiswa akan mengunggah konten yang telah dibuat.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
21.	Minggu 21 23 – 27 Juni 2025	Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan melakukan evaluasi pada konten yang telah diunggah. Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan membuat laporan <i>engagement</i> media sosial.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
22	Minggu 22 30 Juni – 4 Juli 2025	Mahasiswa akan membuat kalender konten dan melakukan riset tren konten. Mahasiswa akan membuat konten promosi golf.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
23	Minggu 23 7 – 11 Juli 2025	Mahasiswa akan membantu desain konten promosi menggunakan aplikasi canva. Mahasiswa akan mengunggah konten yang telah dibuat.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
24	Minggu 24 14 – 18 Juli 2025	Mahasiswa akan membuat konten harian dan diunggah di sosial media. Mahasiswa akan membantu pengelolaan kalender konten.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
25	Minggu 25 21 – 25 Juli 2025	Mahasiswa akan menyusun materi untuk promosi tiap departemen untuk media sosial. Mahasiswa akan terlibat dalam pembuatan konten harian.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)

26	Minggu 26 28 Juli – 1 Agustus	Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan melakukan evaluasi pada konten yang telah diunggah. Mahasiswa bersama tim <i>Marketing Communication</i> akan membuat laporan <i>engagement</i> media sosial.	Senin – Jumat 08.00 – 17.00 (9 jam)
----	----------------------------------	--	---

Sumber: Penulis (2025)

2.2 Gambaran Umum Perusahaan

2.2.1 Sejarah Perusahaan

Taman Dayu Golf Club & Resort merupakan sebuah kawasan terpadu yang menggabungkan fasilitas golf kelas dunia dengan akomodasi resor yang nyaman dan berbagai fasilitas rekreasi lainnya. Berlokasi di kaki Gunung Welirang, Pandaan, Jawa Timur, kawasan ini menawarkan pemandangan alam yang indah dan udara yang sejuk. Lapangan golf Taman Dayu didesain oleh Jack Nicklaus, seorang legenda golf dunia yang dikenal dengan desain lapangan yang menantang namun tetap menyenangkan bagi berbagai tingkat kemampuan golfer.

Seiring dengan perkembangan lapangan golf, fasilitas resor dan hunian mulai dibangun. Resor Taman Dayu menawarkan berbagai pilihan akomodasi, mulai dari vila mewah hingga kamar hotel yang nyaman, yang semuanya dirancang untuk memberikan pengalaman menginap yang tak terlupakan dengan pemandangan pegunungan yang menawan. Dalam perkembangannya, Taman Dayu Golf Club & Resort tidak hanya menjadi destinasi golf dan resor, tetapi juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung lainnya, seperti restoran, ruang pertemuan, kolam renang. Hal ini menjadikan Taman Dayu Golf Club & Resort sebagai

pilihan ideal untuk liburan keluarga, acara perusahaan, maupun para penggemar golf.

Selama bertahun-tahun beroperasi, Taman Dayu Golf Club and Resort telah berhasil mendapatkan reputasi sebagai salah satu destinasi golf dan resor terbaik di Jawa Timur. Keindahan alam, kualitas fasilitas, dan pelayanan yang prima menjadi ciri khas kawasan ini. Taman Dayu Golf Club & Resort juga telah menjadi tuan rumah bagi berbagai turnamen golf bergengsi, baik di tingkat nasional maupun internasional, yang semakin mengukuhkan posisinya di dunia golf Indonesia. Hingga saat ini, Taman Dayu Golf Club & Resort terus berupaya untuk meningkatkan kualitas fasilitas dan layanan, serta mengembangkan potensi kawasan untuk menjadi destinasi wisata yang lebih komprehensif dan menarik bagi berbagai kalangan. Dengan komitmen terhadap kualitas dan inovasi, Taman Dayu Golf Club & Resort terus menjadi ikon pariwisata di Jawa Timur.

2.2.2 Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan

a. Visi Taman Dayu Golf Club & Resort:

“To be the Top Golf Resort of Choice in Indonesia”

b. Misi Taman Dayu Golf Club & Resort:

“To Provide Excellent and Inovative Hospitality and Golf Experience”

c. Budaya Perusahaan:



Gambar 1. Budaya Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Cinta merupakan akronim dari *Customer Focus*, *Integrity*, *Teamwork*, dan *Agility* yang selalu diterapkan oleh setiap insan karyawan yang menjadi bagian dalam Tancorp Group dengan semangat budaya perusahaan CInTA, Tancorp Group akan terus bergerak maju, mengembangkan, serta berkontribusi dalam pembangunan bangsa serta mewujudkan kehidupan yang berkelanjutan bagi generasi mendatang.

1. *Customer Focus*: memiliki kemampuan yang selalu berorientasi pada *customer* sehingga mampu menjadikan (eksternal atau pun internal) dan kebutuhan-kebutuhan mereka sebagai fokus utama dalam hubungan kerja yang positif dan produktif.
2. *Integrity*: memegang teguh perilaku integritas, setiap karyawan dituntut untuk memiliki perilaku dan perkataan jujur, berkomitmen, konsisten dalam tindakan, dan selalu berpikir positif sesuai dengan aturan dan norma yang berlaku.
3. *Teamwork*: setiap karyawan di Tancorp Group juga diharapkan memiliki teamwork yang baik, selalu terlibat aktif, dan berkontribusi dalam setiap pencapaian perusahaan.

4. *Agility*: Tancorp *Group* juga mengajak para karyawannya untuk memiliki sifat *agile*. Artinya memiliki pergerakan cepat, fleksibel, tegas dalam mengantisipasi, mampu beradaptasi dengan cepat, serta mampu mencari dan mengambil peluang.

d. Logo Manajemen Induk Perusahaan



Gambar 2. Logo Tanly Hospitality

Sumber: Data Perusahaan (2025)

e. Logo Anak Perusahaan



TAMAN DAYU
Golf Club & Resort

Gambar 3. Logo Taman Dayu Golf Club & Resort

Sumber: Data Perusahaan (2025)

2.2.3 Bidang Usaha

Taman Dayu Golf Club & Resort merupakan salah satu unit usaha yang dikelola oleh Tanly Hospitality, sebuah bisnis yang berada di bawah naungan Tancorp, grup perusahaan milik Hermanto Tanoko. Tancorp dikenal sebagai konglomerat yang memiliki beragam portofolio usaha, antara lain di bidang manufaktur, properti, makanan dan minuman (F&B), distribusi, ritel, serta *hospitality*. Di bidang *hospitality*, Tanly Hospitality

menaungi dan mengelola berbagai brand perhotelan dan resort terkemuka, seperti Vasa Hotel Surabaya, Cleo Hotels, Solaris Hotel, dan Taman Dayu Golf Club & Resort. Fokus utama Tanly Hospitality adalah menghadirkan pengalaman menginap dan rekreasi yang berkualitas, dengan layanan berstandar tinggi dan lokasi strategis yang menyatu dengan alam maupun pusat kota.

Taman Dayu Golf Club & Resort yang berlokasi di Pandaan, Jawa Timur, menjadi salah satu destinasi unggulan dari Tanly Hospitality. Kawasan ini dirancang sebagai kompleks terpadu yang menggabungkan beberapa unit bisnis, yaitu lapangan golf bertaraf internasional dengan 18-hole rancangan Jack Nicklaus, fasilitas *resort* dan *villa* untuk akomodasi, pusat kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Selain menjadi tempat wisata dan olahraga, Taman Dayu Golf Club & Resort juga sering digunakan untuk penyelenggaraan acara perusahaan, pernikahan, gathering, hingga turnamen golf nasional dan internasional. Dengan memadukan unsur olahraga, rekreasi, bisnis, dan properti dalam satu kawasan yang sejuk dan alami, Taman Dayu Golf Club & Resort menghadirkan konsep *hospitality* modern yang menyasar segmen menengah ke atas dan mendukung pengembangan pariwisata regional di Jawa Timur.

2.2.4 Struktur Organisasi



Gambar 4. Struktur Organisasi Taman Dayu Club & Resort

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Table 2. Job Description

Jabatan / Departemen	Tugas	Nama
General Manager	Bertanggung jawab atas kepemimpinan dan mengawasi keseluruhan jabatan maupun departemen seluruh staf dan karyawan yang bekerja di bawah naungan Taman Dayu Golf Club & Resort	Michael Christafel
Cluster Human Resource Manager	- Mengelola dan mengawasi fungsi SDM di seluruh perusahaan - Mengembangkan dan menerapkan kebijakan SDM - Mengawasi rekrutmen, pelatihan, dan mengembangkan karyawan - Menangani masalah karyawan dan hubungan kerja - Memastikan kepatuhan terhadap peraturan yang telah ditetapkan	Diyani Atikasari
Chief Security	Mengawasi akses keluar-masuk tamu, karyawan, dan kendaraan demi mencegah potensi ancaman	

	- Memastikan patroli rutin dilakukan di seluruh area properti untuk mendeteksi gangguan keamanan - Merancang strategi keamanan untuk seluruh area <i>resort</i>, lapangan golf, hotel, restoran, hingga area parkir - Memastikan seluruh personel keamanan menjalankan tugas sesuai prosedur standar operasional (SOP)	
<i>Finance Manager</i>	- Menyatukan dan membuat analisis keuangan berdasarkan laporan yang diberikan dari departemen <i>Accounting & General</i> - Mengawasi kinerja dari departemen <i>Accounting & General</i> - Membuat rencana keuangan jangka panjang	Danang Nur Cahyobuwono
<i>Assist. IT Manager</i>	- Menangani masalah teknis harian dari semua departemen (<i>front office</i>, F&B, <i>marketing</i>, <i>housekeeping</i>, <i>pro shop</i>, dsb) - Memberikan pelatihan teknis kepada karyawan internal dalam penggunaan sistem baru atau prosedur IT - Melakukan <i>troubleshooting</i> terhadap komputer, sistem POS, CCTV, hingga jaringan internet yang digunakan tamu maupun staf	Ferdinal Faris
<i>Senior Sales Manager</i>	- Mengembangkan strategi pemasaran baik secara langsung maupun tidak langsung untuk meningkatkan <i>revenue</i> - Mengelola anggaran <i>advertising</i> dan <i>sales visit</i> - Membangun hubungan dengan agen pariwisata & kedinasan - Memantau kinerja divisi yang tergabung dalam departemen <i>Sales Marketing</i>	Ratih Anggraini
<i>Sales Executive</i>	- Melakukan kegiatan <i>sales visit</i> - Melakukan <i>showing</i> lingkungan perusahaan ketika ada calon pelanggan potensial - Mendapatkan <i>revenue</i> sesuai target yang ditetapkan pada bulan tersebut	Rizka, Eka, Denni
<i>Admin Sales</i>	- Membuat dan mengarsipkan dokumen - Melakukan pendataan dan melaporkan reservasi yang ada	Pravangesta Elda

	- Melakukan kegiatan <i>sales visit</i> dan <i>showing</i>	
<i>Marcomm/ Content Creator</i>	- Membuat konten pemasaran berupa <i>flyer/ video</i> promosi - Menjalin dan menjaga hubungan baik dengan media, <i>influencer</i>, dan mitra korporat - Mengelola akun media sosial (Instagram, Tiktok, Whatsapp, Facebook) - Menyiapkan materi promosi acara seperti <i>banner</i>; undangan digital, dan videotron. - Membuat materi komunikasi untuk tamu (leaflet, signage promosi, email blast) - Menjawab pertanyaan terkait promosi melalui kanal resmi (WhatsApp, email, media sosial).	Zano
<i>Resort Manager</i>	- Mengawasi operasional harian hotel - Mengembangkan dan menerapkan kebijakan operasional perusahaan - Memantau seluruh kinerja departemen & jabatan sebagai laporan pertanggungjawaban pada CEO - Mengelola dan mengawasi seluruh operasional resort, termasuk akomodasi, F&B, <i>housekeeping</i>, <i>front office</i>, serta area golf dan rekreasi. - Memastikan tingkat kepuasan tamu tinggi dengan menjaga kualitas pelayanan dan cepat tanggap terhadap keluhan atau permintaan tamu. - Mengembangkan program atau fasilitas baru untuk meningkatkan daya tarik <i>resort</i>, seperti <i>event</i>, paket liburan, <i>wedding</i>, dan <i>golf tournament</i>.	Kukuh Wahyu Widayat
<i>Golf Operation Manager</i>	- Mengawasi kelancaran operasional lapangan golf, termasuk <i>tee time</i>, <i>starter</i>, <i>marshal</i>. - Memastikan semua area seperti <i>proshop</i>, <i>locker room</i>, <i>cart area</i> berjalan dengan baik. - Mengelola dan menjadwalkan staf operasional (marshal, caddy master, cart attendant, dsb).	Denie Robin

<i>Chief Engineering</i>	- Mengawasi kondisi bangunan <i>resort, clubhouse, villa</i>, restoran, kolam renang, dan fasilitas penunjang lainnya. - Melakukan pengecekan rutin dan perawatan preventif terhadap fasilitas dan peralatan. - Berkoordinasi dengan departemen lain seperti <i>Housekeeping, Front Office, Food & Beverage</i>, dan <i>Golf Operation</i> untuk mendukung kelancaran operasional.	Rochmi Setyobudi
<i>Asst. Chief Engineering</i>	- Mendukung <i>Chief Engineering</i> dalam pengelolaan seluruh kegiatan operasional bagian teknik dan pemeliharaan. - Menjadi <i>second-in-command</i> dan bertanggung jawab saat <i>Chief Engineering</i> tidak ada di tempat.	Yhanuar Handoyo
<i>Asst. Golf Course Superintendent</i>	- Membantu dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pemeliharaan rutin seperti pemotongan rumput, penyiraman, pemupukan, dan pengendalian hama/penyakit. - Mengawasi kualitas rumput (<i>turfgrass</i>) di <i>green, fairway, tee box</i>, dan <i>rough</i>.	Eko Wahono

2.2.5 Produk/ Jasa Perusahaan

a. Hotel Room Type



Gambar 5. Room Type: Suite Room

Sumber: Data Perusahaan (2025)



Gambar 6. Room Type: Deluxe Room
Sumber: Data Perusahaan (2025)



Gambar 7. Room Type: Superior Room
Sumber: Data Perusahaan (2025)

b. *Bungalow*



Gambar 8. Room Type: Bungalow Deluxe
Sumber: Data Perusahaan (2025)



Gambar 9. Room Type: Bungalow Suite
Sumber: Data Perusahaan (2025)

c. *Villa*



Gambar 10. Room Type: 3 Bedroom Villa
Sumber: Data Perusahaan (2025)



Gambar 11. Room Type: 4 Bedroom Villa
Sumber: Data Perusahaan (2025)

d. *Golf Course*



Gambar 12. Golf Course

Sumber: Data Perusahaan (2025)



Gambar 13. Driving Range

Sumber: Data Perusahaan (2025)



Gambar 14. Proshop

Sumber: Data Perusahaan (2025)

e. Jack Terrace Restaurant



Gambar 15. Jack Terrace Restaurant
Sumber: Data Perusahaan (2025)

f. Ballroom & Meeting Room



Gambar 16. Grand Arjuno Ballroom
Sumber: Data Perusahaan (2025)



Gambar 17. Welirang Meeting Room
Sumber: Data Perusahaan (2025)



Gambar 19. Penanggung Meeting Room
Sumber: Data Perusahaan (2025)



Gambar 18. Lawu Meeting Room
Sumber: Data Perusahaan (2025)

2.2.6 Layanan Taman Dayu Golf Club & Resort

Table 3. Publish Rate Hotel Taman Dayu Golf Club & Resort

Tipe	Deskripsi	Harga
<i>Superior Room</i>	Kamar dengan luas $36m^2$, dilengkapi dengan televisi 32 inci yang menayangkan saluran kabel termasuk saluran golf, Wi-Fi, serta kamar mandi dengan shower dan perlengkapan mandi yang lengkap. Tersedia juga pengering rambut, meja kerja, serta minibar gratis yang dapat dinikmati selama menginap.	Rp 1.225.000 per malam termasuk sarapan untuk 2 orang
<i>Deluxe Room</i>	Kamar dengan luas $46m^2$, dilengkapi dengan televisi 32 inci yang menayangkan saluran kabel termasuk saluran golf, Wi-Fi, serta kamar mandi dengan shower dan	Rp 1.540.000 per malam termasuk sarapan untuk 2 orang

	perlengkapan mandi yang lengkap. Tersedia juga pengering rambut, meja kerja, serta minibar gratis dan sofa yang dapat dinikmati selama menginap.	
<i>Suite Room</i>	Kamar dengan luas 60m ² , dilengkapi dengan televisi 40 inci yang menayangkan saluran kabel termasuk saluran golf, Wi-Fi, serta kamar mandi dengan shower dan perlengkapan mandi yang lengkap. Tersedia juga pengering rambut, meja kerja, serta minibar gratis dan sofa yang dapat dinikmati selama menginap.	Rp 1.960.000 per malam termasuk sarapan untuk 2 orang.

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Table 4. School Package

Nama Paket	Deskripsi	Harga
<i>School Fun Package</i>	<i>Coloring, swimming, cooking class, study tour, birthday party, outbond & camping, photo taking with golf view, golf lesson, kids activity, graduation, table manner, story telling.</i>	Rp 125.000 per orang <i>*Free Swimming</i>
<i>Table Manner Premium Package</i>	<i>Set menu package for 100 pax, special menu amuse bouche salmon, wine education or coffee education, free trainer, free certificate, free souvenir</i>	Rp 469.000
<i>Table Manner for School Package</i>	<i>Set menu package for 50 pax, free certificate, free golf education, free round with buggy car</i>	Rp 175.000

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Table 5. Arisan Chit & Chat

Deskripsi	Harga
<i>Minimal 10 pax Inclusive of Hi-Tea, hotel Superior Room voucher and 1x meals.</i>	Rp 289.000 per orang
<i>Minimal 20 pax will set up with buffet. Venue at Jack Terrace Resto (Indoor/ Outdoor)</i>	

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Table 6. Wedding Package

Nama Paket	Deskripsi	Harga
<i>Wedding Silver Package</i>	<i>Buffet meals for 200 pax, free Coffee Break (Snack, Coffee/ Tea) for 50 pax, Free Choco Fountain, Free Test Food for 6 pax, Free Electone (1 singer, 1 player) max 4 hours, Free 2 Guest Book Voucher, Candle light dinner for bride, Voucher Swimming at Jack Terrace for Bride, 5 Souvenir for bride, Free 1 voucher for night stay at Hotel with free fruitv basket.</i>	Rp 65.000.000
<i>Wedding Gold Package</i>	<i>Buffet meals for 300 pax, free Coffee Break (Snack, Coffee/ Tea) for 75 pax, Free Choco Fountain, Free Test Food for 8 pax, Free Acoustic max 4 hours, Candle light dinner for bride, Voucher Swimming at Jack Terrace for Bride, Souvenir for bride, Free 2 voucher for night stay at Hotel with free fruitv basket, free coffeebreak during technical meeting for 10 pax, free voucher spa for bride.</i>	Rp 97.500.000

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Table 7. Golf Rate

Nama Paket	Deskripsi	Harga
<i>Golf Rates (May – December 2025)</i>	<i>Price include one round of golf (18 golf), Green, Cart & Caddy Fee</i>	<i>Monday – Wednesday</i> AM: Rp 770.000 PM: Rp 700.000 <i>Thursday</i> AM: Rp 800.000 PM: Rp 750.000 <i>Friday</i> AM: Rp 850.000 PM: Rp 800.000 <i>Saturday</i> AM: Rp 2.000.000 PM: Rp 1.400.000 <i>Sunday</i> AM: Rp 1.800.000

		<i>PM: Rp 1.250.000</i>
<i>All You Can Play a Day</i>	<i>Price valid to play golf in one day and included Green, Cart & Caddy Fee.</i>	<i>Guest – Weekday</i> <i>Rp 1.500.000</i> <i>Guest – Weekend</i> <i>Rp 2.600.000</i> <i>Member – Any Day</i> <i>Rp 850.000</i>
<i>Play & Stay</i>	<i>Inclusive of: 1 Round Golf for One or Two Persons, 1 night stay at Superior Room, Free Breakfast 1-2 pax, promo not valid on public holiday & high season.</i>	<i>Single Occupancy - Weekday</i> <i>Rp 1.500.000</i> <i>Double Occupancy – Weekday</i> <i>Rp 2.180.000</i> <i>Single Occupancy – Weekend</i> <i>Rp 2.550.000</i> <i>Double Occupancy – Weekend</i> <i>Rp 4.250.000</i>

2.3 Paparan Kegiatan

2.3.1 Fokus Kegiatan

Selama menjalani kegiatan magang di Taman Dayu Golf Club & Resort, penulis ditempatkan di *Department Sales & Marketing*, khususnya di bagian *Marketing Communication*. Fokus kegiatan magang diarahkan pada bidang komunikasi pemasaran yang berkaitan dengan perencanaan dan pelaksanaan promosi produk dan layanan perusahaan. Penulis secara aktif terlibat dalam berbagai aktivitas promosi, seperti:

- a. Membantu pembuatan konten digital (desain *flyer*, video promosi, *caption*, dan kalender konten).
- b. Mengelola akun media sosial perusahaan, terutama *Instagram* dan *WhatsApp Business*, melalui kegiatan posting harian, *update story*, serta menjawab pesan pelanggan.
- c. Melakukan dokumentasi foto dan video pada berbagai event perusahaan seperti *Open House Wedding*, Kampoeng Ramadhan, dan turnamen golf.
- d. Terlibat dalam kegiatan publikasi *event* seperti promosi *Instagram Ads*, penyusunan proposal kerja sama dengan *influencer* dan media partner. Menyusun laporan evaluasi engagement media sosial berdasarkan data *insight Instagram*.
- e. Mengikuti kegiatan perencanaan dan teknis *event marketing*, mulai dari proses persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi pasca-*event*.
- f. Membantu menyusun dan mengelola materi promosi dari berbagai divisi, termasuk hotel, restoran, golf, dan *event* lainnya.

Table 8. Jadwal Kegiatan Magang

No	Tanggal	Rincian Aktivitas	Waktu pelaksanaan (jam)
1.	3/02	Training company profile bersama HR Office tour bersama HR Membantu membuat konten caddy	08.00 – 17.00 (9 Jam)
2.	4/02	Membuat design flyer “Romantic Moonlight Dinner”	08.00 – 17.00 (9 Jam)
3.	5/02	Melanjutkan design flyer “Romantic Moonlight Dinner”	08.00 – 17.00 (9 Jam)
4.	6/02	Melanjutkan design flyer “Romantic Moonlight Dinner”	08.00 – 17.00 (9 Jam)
5.	8/02	Dokumentasi event funwalk	05.00 – 14.00 (9 Jam)
6.	10/02	Membuat design banner untuk Golf Tournament Chinese New Year Membuat Club Notice	08.00 – 17.00 (9 Jam)
7.	11/02	Dokumentasi golf tournament chinese new year 2025	08.00 – 17.00 (9 Jam)
8.	12/02	Dokumentasi golf tournament chinese new year 2025 Membantu mencari influencer kuliner (IG & TT) beserta engangementtnnya untuk promosi all you can eat resto saat bulan Ramadhan Membuat design untuk ucapan “hole in one” Dokumentasi event Moorlife (games & gala dinner)	08.00 – 17.00 (9 Jam)
9.	13/02	Membuat design flyer bulan Ramadhan (all you can eat)	08.00 – 17.00 (9 Jam)
10.	16/02	Membuat design flyer bulan Ramadhan (all you can eat) Membantu membuat design promo maret	06.00 – 15.00 (9 Jam)
11.	17/02	Membuat design flyer bulan Ramadhan (all you can eat) Membuat pengumuman di club notice dan di blasting melalui IG & WA Mencari dan menghubungi influencer untuk promosi paket all you can eat bulan Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)

		Melanjutkan design flyer bulan Ramadhan (all you can eat)	
12.	18/02/25	Melanjutkan design flyer bulan Ramadhan (all you can eat) Membuat caption flyer Membuat design menu all you can eat Print flyer “Kampoeng Ramadhan”	08.00 – 17.00 (9 Jam)
13.	19/02	Melanjutkan design flyer bulan Ramadhan (all you can eat) Membuat video tron berisi paket ramadhan Membuat design undangan untuk corporate dan influencer	08.00 – 17.00 (9 Jam)
14.	20/02	Merevisi design undangan untuk corporate dan influencer Berkoordinasi dengan ifluencer untuk paket all you can eat Membuat design ucapan Bupati dan Wakil Bupati Pasuruan Design food menu Resto Editing video morning surprise Design March golf promotion	08.00 – 17.00 (9 Jam)
15.	21/02	Design promo Ramadhan (Hotel, Golf, buka puasa) Design layout Wedding Fair (Galaxy Mall)	08.00 – 17.00 (9 Jam)
16.	23/02	Video taking morning vibes Membantu membuat design booth untuk Wedding Fair (Galaxy Mall)	08.00 – 17.00 (9 Jam)
17.	24/02	Membuat design peta Taman Dayu untuk event jalan sehat Membantu persiapan Wedding Fair Galaxy Mall (editing foto wedding)	08.00 – 17.00 (9 Jam)
18.	25/02	Design peta Taman Dayu untuk event jalan sehat Membantu editing Videotron Membantu persiapan Wedding Fair Galaxy Mall (editing foto wedding)	08.00 – 17.00 (9 Jam)
19.	26/02	Design ucapan Idul Fitri Design flyer all you can eat for Kampoeng Ramadhan Design peta Taman Dayu Golf untuk event jalan sehat	08.00 – 17.00 (9 Jam)
20.	27/02	Membuat konsep video, membuat script, menentukan talent, dan menjadi videographer Design flyer Kampoeng Ramadhan (buy 10 get 1)	08.00 – 17.00 (9 Jam)

21.	2/03	Incharge di Wedding Fair Galaxy Mall	10.00 – 22.00 (9 Jam)
22.	4/03	Membuat guest notice (Ijen Meeting Room will be under construction) Membuat flyer untuk promo minuman bulan Maret (Jus Kurma Sukarama) Membuat design Flash Sale Kampoeng Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)
23.	5/03	Membuat video march promotion (Kampoeng Ramadhan, Hotel, Resto, Golf)	08.00 – 17.00 (9 Jam)
24.	7/03	Editing foto GM & HOD Taman Dayu Golf Club & Resort	08.00 – 17.00 (9 Jam)
25.	8/03	Melanjutkan editing foto GM & HOD Taman Dayu Golf Club & Resort	08.00 – 17.00 (9 Jam)
26.	9/03	Design name food untuk Kampoeng Ramadhan Editing foto foto GM & HOD Taman Dayu Golf Club & Resort Design special golf rate (idul fitri) Menjadi host live Flash Sale Kampoeng Ramadhan (IG dan Tiktok) Merespon pesan yang dikirim oleh pelanggan untuk reservasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan Dokumentasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan	06.00 – 15.00 (9 Jam)
27.	10/03	Editing video room hotel untuk promosi selama bulan Ramadhan Merespon pesan yang dikirim oleh pelanggan untuk reservasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)
28.	13/03	Revisi video room hotel untuk promosi selama bulan Ramadhan Editing foto GM & HOD Taman Dayu Golf Club & Resort Merespon pesan yang dikirim oleh pelanggan untuk reservasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)
29.	14/03	Mengumpulkan foto dan video GM (Bu Retno) dan melakukan editing untuk Farewell Party Merespon pesan yang dikirim oleh pelanggan untuk reservasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan Dokumentasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)
30.	15/03	Melanjutkan editing video Farewell Party Merespon pesan yang dikirim oleh pelanggan untuk reservasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)
31.	16/03	Membantu persiapan farewell party (mencetak tulisan perpisahan, revisi video farewell party)	08.00 – 17.00

		Editing menu Halal Bihalal Editing Management Organizational Chart	(9 Jam)
32.	17/03	Revisi akhir video farewell party Menjadi salah satu penampil di acara Farewell Party Bu Retno Merespon pesan yang dikirim oleh pelanggan untuk reservasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)
33.	18/03	Dokumentasi (foto dan video) pada Turnamen Golf Ramadhan Berkah Merespon pesan yang dikirim oleh pelanggan untuk reservasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan Dokumentasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)
34.	21/03	Menjadi host live Flash Sale Kampoeng Ramadhan (IG dan Tiktok) Merespon pesan yang dikirim oleh pelanggan untuk reservasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)
35.	22/03	Editing flyer Special Offers (hotel) Editing flyer doorprize Kampoeng Ramadhan Editing video Buka Puasa Kampoeng Ramadhan Merespon pesan yang dikirim oleh pelanggan untuk reservasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)
36.	23/03	Membantu editing flyer Halal Bihalal Revisi flyer hotel (CelEidBratton) Mmebuat club notice (March 31, Golf Course and Proshop will be open at 9.00 AM) Merespon pesan yang dikirim oleh pelanggan untuk reservasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan Dokumentasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)
37.	24/03	Menjadi host live Flash Sale Kampoeng Ramadhan (IG dan Tiktok) Merespon pesan yang dikirim oleh pelanggan untuk reservasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan Dokumentasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan Editing design Doorprize Kampoeng Ramadhan	08.00 – 17.00 (9 Jam)
38.	25/03	Dokumentasi Buka Puasa Kampoeng Ramadhan Publikasi Promo golf dan hotel (CelEidBratton) di Instagram Foto menu baru untuk resto (Ketupat Kikil Legend) Taking content untuk ucapan Hari Raya Idul Fitri all department	08.00 – 17.00 (9 Jam)

39.	28/03	Taking content untuk ucapan Hari Raya Idul Fitri dari GM Taman Dayu Golf Club & Resort Editing video Idul Fitri Editing promo menu baru resto (Lemon blizz & Ketupat Kikil Legend) Editing video menu baru (Ketupat Kikil Legend)	08.00 – 17.00 (9 Jam)
40.	30/03	Editing video recap Kampoeng Ramadhan dan posting melalui Instagram story	06.00 – 15.00 (9 Jam)
41.	2/04	Mengunggah promo April Swing Deals, April Best Deal di Instagram dan WhatsApp	08.00 – 17.00 (9 Jam)
42.	3/04	Mengunggah promo April Swing Deals, April Best Deal di Instagram dan WhatsApp Memberikan respon kepada pelanggan yang ingin melakukan reservasi wedding kepada team sales.	08.00 – 17.00 (9 Jam)
43.	4/04	Mengunggah promo April Swing Deals, April Best Deal di Instagram dan WhatsApp Mengganti tent card resto dengan promo terbaru Mengganti promo golf, room, dan resto di mading	08.00 – 17.00 (9 Jam)
44.	7/04	Mengunggah promo April Swing Deals, April Best Deal di Instagram Editing video Halal Bihalal Package	08.00 – 17.00 (9 Jam)
45.	8/04	Mengunggah promo April Swing Deals, April Best Deal di Instagram Meeting Sales Marketing Melakukan Broadcast promo hotel	08.00 – 17.00 (9 Jam)
46.	9/04	Update story Instagram dengan promo promo terbaru Membuat e-profile Taman Dayu dalam bentuk PPT	08.00 – 17.00 (9 Jam)
47.	10/04	Update story Instagram dengan promo promo terbaru Membuat e-profile Taman Dayu dalam bentuk PPT	08.00 – 17.00 (9 Jam)
48.	13/04	Update story Instagram dengan promo promo terbaru Photo taking Villa Semeru Melanjutkan e-profile Taman Dayu dalam bentuk PPT	06.00 – 15.00 (9 Jam)
49.	14/04	Membuat daftar Hari Raya nasional dan internasional pada 2025 Update story Instagram dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
50.	15/04	Rutin update story Instagram dengan promo promo terbaru Merapikan link editing di aplikasi Canva Menjadi salah satu performer di Halal Bihalal	08.00 – 17.00 (9 Jam)

		Membantu melakukan dokumentasi Halal Bihalal	
51.	16/04	Rutin update story Instagram dengan promo promo terbaru Update flyer wedding terbaru (promo April – May)	08.00 – 17.00 (9 Jam)
52.	17/04	Rutin update story Instagram dengan promo promo terbaru Membuat script untuk Kartini Day Menentukan dan menghubungi talent (all department) Taking video Kartini Day Editing video Kartini Day	08.00 – 17.00 (9 Jam)
53.	21/04	Rutin update story Instagram dengan promo promo terbaru Melakukan revisi flyer wedding terbaru Membantu merapikan Proposal Open House Wedding	08.00 – 17.00 (9 Jam)
54.	22/04	Rutin update story dan feeds Instagram dengan promo promo terbaru Mengumpulkan foto-foto untuk kebutuhan flyer	08.00 – 17.00 (9 Jam)
55.	23/04	Rutin update story Instagram dengan promo promo terbaru Mengunggah Flyer donor darah	08.00 – 17.00 (9 Jam)
56.	26/04	Update flyer engagement package, Manasik package, Yearbook package Rutin update story Instagram dengan promo promo terbaru Dokumentasi event golf tournament (Spartans)	06.00 – 15.00 (9 Jam)
57.	27/04	Update flyer Limited Flash Sale untuk room Rutin update story Instagram dengan promo promo terbaru	06.00 – 15.00 (9 Jam)
58.	28/04	Rutin update story Instagram dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
59.	29/04	Rutin update story Instagram dengan promo promo terbaru Update promo labor days di sosial media	08.00 – 17.00 (9 Jam)
60.	30/04	Rutin update story Instagram dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
61.	2/05	Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
62.	5/05	Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)

		Membuat Club Notice (Golf Course is fully booked on Saturday, 10 th May)	
63.	6/05	Rutin update sosial media dengan promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
64.	7/05	Rutin update sosial media dengan promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
65.	8/05	Rutin update sosial media dengan promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
66.	10/05	Rutin update sosial media dengan promo terbaru Dokumentasi (foto dan video) pada Turnamen Golf ITS Melakukan editing untuk recap kegiatan Turnamen Golf ITS Membantu admin sales dalam pembuatan Form Visit Sales	05.00 – 14.00 (9 Jam)
67.	13/05	Rutin update sosial media dengan promo terbaru Mengerjakan design untuk Table Manner Premium Package dan School Package	08.00 – 17.00 (9 Jam)
68.	14/05	Rutin update sosial media dengan promo terbaru Menjadi talent untuk photoshoot Wedding	08.00 – 17.00 (9 Jam)
69.	15/05	Rutin update sosial media dengan promo terbaru Menjadi talent untuk photoshoot Wedding	08.00 – 17.00 (9 Jam)
70.	16/05	Rutin update sosial media dengan promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
71.	19/05	Rutin update sosial media dengan promo terbaru Membantu melengkapi Proposal Open House Wedding Melakukan editing video company profile untuk kebutuhan Travel Fair	08.00 – 17.00 (9 Jam)
72.	20/05	Rutin update sosial media dengan promo terbaru Membuat rundown dan script untuk video profile GM	08.00 – 17.00 (9 Jam)
73.	21/05	Rutin update sosial media dengan promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)

74.	22/05	Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru Dokumentasi employee activities (Zumba)	08.00 – 17.00 (9 Jam)
75.	25/05	Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru Mengerjakan design flyer wedding	08.00 – 17.00 (9 Jam)
76.	26/05	Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
77.	27/05	Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
78.	28/05	Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru Mengerjakan design welcome letter	08.00 – 17.00 (9 Jam)
79.	1/06	Dokumentasi wedding di Green Terrace Melengkapi Quotation Letter <i>event</i> Travel Fair Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
80.	2/06	Melengkapi quotation letter Update sosial media Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
81.	3/06	Update sosial media Mengambil foto dan video untuk Villa Bromo Update Organization Chart Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
82.	4/06	Dokumentasi pembagian qurban Update sosial media Design flyer Idul Adha Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
83.	6/06	Menghubungi influencer untuk event Open House Wedding Editing video School Fun Package Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
84.	9/06	Meeting sponsorship untuk Anniversary Taman Dayu Meeting Open House Wedding Membuat SOW untuk influencer Open House Wedding Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)

85.	10/06	Melanjutkan SOW influencer Open House Wedding Menghubungi MC untuk Open House Wedding Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
86.	11/06	Mempersiapkan semua flyer untuk Open House Wedding Membuat content brief untuk Influencer Open House Wedding Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
87.	12/06	Update Expense Open House Wedding Monthly trainee meeting Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
88.	13/06	Video taking untuk promosi event Open House Wedding Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru Dokumentasi Employees Activities “Jalan Jajan Sore”	08.00 – 17.00 (9 Jam)
89.	16/06	Technical Meeting Open House Wedding with all vendors Membantu persiapan photo taking pre-wedding Meeting Anniversary Taman Dayu Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
90.	17/06	Mempersiapkan proposal sponsorship untuk corporate Mengikuti promosi event Open House Wedding di Pas FM Surabaya Video taking room hotel Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru Membantu showing venue untuk wedding	08.00 – 17.00 (9 Jam)
91.	20/06	Mempersiapkan dekorasi ulang tahun Membantu showing venue untuk wedding Boost IG Ads event Open House Wedding Persiapan Open House Wedding (check vendor yang loading in) Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
92.	21/06	Hari pelaksanaan Open House Wedding Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru Dekorasi venue A point untuk event ulang tahun	08.00 – 17.00 (9 Jam)

93.	22/06	Hari pelaksanaan Open House Wedding Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
94.	23/06	Editing video recap Open House Wedding Prepare request voucher golf untuk Influencer Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
95.	24/06	Membantu mempersiapkan proposal anniversary untuk corporate Melanjutkan edit video recap Open House Wedding Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
96.	25/06	Mengumpulkan semua dokumentasi Jalan Jajan Sore Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru Editing videotron Golf Tournament Anniversary	08.00 – 17.00 (9 Jam)
97.	26/06	Upload poster Golf Tournament Anniversary Rutin update sosial media dengan promo promo terbaru Finishing Videotron Golf Tournament Anniversary	08.00 – 17.00 (9 Jam)
98.	30/06	Showing wedding update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
99.	1/07	Videotron Prepare surat pengajuan ke driving range lain Update promo terbaru update sosial media dengan promo promo terbaru	08.00 – 17.00 (9 Jam)
100.	2/07	Training OJT baru Introduce ke OJT baru tentang jobdesk update sosial media dengan promo promo terbaru Showing tamu wedding Tournament golf	08.00 – 17.00 (9 Jam)
101.	3/07	Editing video “shot” untuk promosi anniv update sosial media dengan promo promo terbaru cari influencer golf	08.00 – 17.00 (9 Jam)
102.	4/07	Editing video “shot” untuk promosi anniv Editing video wedding	08.00 – 17.00 (9 Jam)
Total Waktu Pelaksanaan			918 Jam

BAB III

EVALUASI MAGANG

3.1 Permasalahan

Dalam pelaksanaan *event Open House Wedding* yang pertama kali diselenggarakan oleh Taman Dayu Golf Club & Resort bersama Everlast Project, terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam proses perencanaan hingga pelaksanaan. Permasalahan yang timbul tidak hanya berasal dari teknis, tetapi juga dari komunikasi dan strategi pemasaran. Beberapa permasalahan yang terjadi antara lain:

- a. Ketidaksesuaian Pembagian tugas antara Taman Dayu Golf Club & Resort dengan Everlast Project. Pada awalnya Taman Dayu Golf Club & Resort merencanakan kolaborasi dengan 3 *Wedding Organizer*, namun akhirnya hanya Everlast Project saja sebagai *Wedding Organizer* utama. Akibatnya, beban kerja menumpuk di satu pihak dan persiapan acara menjadi kurang maksimal.
- b. Tidak ada tolak ukur dari event sebelumnya. *Event Open House Wedding* ini merupakan *event* perdana, sehingga tidak tersedia data atau referensi dari kegiatan serupa sebelumnya. Akibatnya, perencanaan dilakukan berdasarkan perkiraan tanpa dasar pembandingan yang jelas.
- c. Pelaksanaan di musim pernikahan. *Event* diadakan pada musim pernikahan, namun justru kurang diminati karena Sebagian besar calon pengantin sudah menentukan pilihan. Selain itu, keterlibatan *vendor* juga terbatas karena banyak yang telah terikat dengan acara lain.

Selain permasalahan yang terjadi pada *event Open House Wedding*, penulis juga menemukan permasalahan yang terjadi selama penulis melakukan kegiatan magang seperti:

- a. Pada bagian *Marketing Communication*, karyawan yang bertugas kurang memiliki keterampilan yang memadai untuk menjalankan fungsi dan tanggung jawab secara optimal. Kondisi ini diperburuk dengan komposisi tim yang kurang ideal, yaitu hanya terdiri dari satu PKWT dan tiga orang peserta *On the Job Training* (OJT), sehingga pelaksanaan *marketing communication* menjadi kurang efektif dan tidak berjalan sesuai yang diharapkan.
- b. Selain keterbatasan sumber daya manusia, tim *Marketing Communication* juga menghadapi kendala dalam hal ketersediaan alat dan kebutuhan penunjang yang memadai untuk menjalankan tugas-tugasnya. Selain itu, *database* foto-foto perusahaan dari tahun-tahun sebelumnya tidak tersimpan dengan baik, sehingga menyulitkan tim *Marketing Communication* saat membutuhkan materi foto lama yang masih layak digunakan.

3.2 Pembahasan

Persaingan dalam dunia industri *hospitality* khususnya pada sektor *wedding venue*, semakin berkembang pesat seiring meningkatnya permintaan pasar serta jumlah penyedia jasa yaitu *Wedding Organizer*. Tidak hanya bersaing dalam hal harga dan kualitas pelayanan, tetapi juga dalam menciptakan *experience* yang berkesan bagi konsumen atau dalam hal ini adalah calon pengantin. Kondisi seperti ini, diperlukan strategi promosi yang

inovatif dan kreatif serta mampu menarik perhatian pasar dengan efektif. Kegiatan promosi merupakan jembatan yang menghubungkan antara perusahaan dengan konsumen (Adila & Kunci, 2024). Keberhasilan kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dipengaruhi dengan bagaimana perusahaan dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan sehingga dapat tepat sasaran sesuai dengan yang diharapkan perusahaan. Perusahaan juga perlu untuk memperhatikan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas dalam pelaksanaan promosi. Salah satunya cara yang dapat dilakukan adalah mengadakan *event marketing*.

Event Marketing adalah salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk menciptakan keterlibatan dan pengalaman langsung dengan pelanggan (Syarif & Aisyah, 2025). *Event Marketing* memiliki pengaruh yang besar karena keterlibatan konsumen didalamnya. Menurut (Siburian et al., 2024) *event marketing* bersifat personal sehingga setiap *event* yang dilakukan pasti akan memberikan kesan mendalam kepada setiap orang yang hadir. *Event marketing* memiliki peran yang cukup besar dalam suatu kegiatan komunikasi pemasaran. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *event marketing* merupakan strategi pemasaran yang bersifat interaktif, yang bertujuan untuk menciptakan keterlibatan langsung antara perusahaan dan konsumen melalui suatu acara, sehingga mampu memberikan pengalaman yang berkesan bagi konsumen.

Keberhasilan suatu kegiatan event dapat dianalisis berdasarkan model evaluasi event menurut (Smith, 2007) yang mencakup empat komponen utama,

yaitu input, process, output, dan outcome. Input mencakup sumber daya seperti anggaran, SDM, dan fasilitas yang digunakan. Process mencakup perencanaan dan koordinasi kegiatan. Output dapat diukur dari jumlah peserta yang hadir, kepuasan pengunjung, serta respons vendor. Sedangkan outcome mencerminkan dampak jangka panjang seperti peningkatan brand awareness dan potensi penjualan jasa wedding. Berdasarkan pengamatan selama magang, event Open House Wedding di Taman Dayu menunjukkan keberhasilan dalam aspek proses dan output, meskipun outcome jangka panjang perlu dievaluasi lebih lanjut.

Dalam pelaksanaan *event Open House Wedding* di Taman Dayu Golf Club & Resort dapat diidentifikasi beberapa kendala yang menyebabkan tujuan tersebut belum tercapai secara optimal. Berikut ini adalah permasalahan dan kendala yang dialami selama perencanaan dan pelaksanaan *Event Open House Wedding* di Taman Dayu Golf Club & Resort.

- a. Pembagian kerja merupakan suatu hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan oleh suatu organisasi/ kelompok. Dengan adanya pembagian kerja, maka pegawai akan melaksanakan pekerjaan sesuai dengan beban kerja yang telah menjadi tanggungjawabnya (Priyatna & Gusrini, 2020). Tanpa adanya pembagian kerja, maka pekerjaan tidak akan berjalan teratur sebagaimana mestinya. Pembagian tugas antara Taman Dayu Golf Club & Resort dengan Everlast Project tidak jelas dan tidak berjalan dengan baik. Pada awalnya, Taman Dayu Golf Club & Resort merencanakan kolaborasi dengan 3 *Wedding Organizer* secara bersamaan untuk membagi tanggung

jawab dalam menyiapkan berbagai kebutuhan *event*, termasuk *vendor* dekorasi, *photobooth*, gaun pengantin, hingga *rundown* acara.

Namun dalam proses persiapan, *General Manager* Taman Dayu Golf Club & Resort memutuskan hanya menyetujui Everlast Project sebagai *Wedding Organizer* utama untuk seluruh rangkaian acara dan tidak ada konfirmasi kepada Everlast Project oleh *Senior Sales Manager* selaku *leader* dalam *event* ini. Keputusan sepihak ini menyebabkan beban kerja yang semula akan dibagi rata, harus ditanggung seluruhnya oleh Everlast Project. Kondisi ini menyebabkan tekanan kerja yang tinggi bagi Everlast Project, karena harus memenuhi seluruh kebutuhan dalam waktu yang terbatas. Akibatnya, beberapa aspek pelaksanaan kurang maksimal karena tidak semua hal dapat dipersiapkan dengan sempurna oleh satu pihak saja.

- b. Tidak ada tolok ukur atau pembanding dari *event* sebelumnya. *Event Open House Wedding* ini baru pertama kali diselenggarakan oleh Taman Dayu Golf Club & Resort, maka tidak ada data atau *event* serupa sebelumnya yang bisa digunakan sebagai tolak ukur. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam menentukan target, seperti jumlah pengunjung yang diharapkan atau berapa besar biaya yang ideal untuk dikeluarkan. Seluruh perencanaan pada akhirnya dilakukan berdasarkan asumsi awal tanpa data pembanding.
- c. Pelaksanaan berada di bulan musim *wedding*. Pelaksanaan *event Open House Wedding* ini dilakukan di bulan yang termasuk musim pernikahan atau *Wedding Season*. Meskipun ini terlihat potensial karena banyak pasangan yang sedang mencari *venue*, tetapi justru menjadi tantangan

tersendiri karena kebanyakan calon pengantin justru mulai sibuk dengan persiapan pernikahan mereka masing-masing, bukan mencari *venue* atau paket pernikahan. Hal ini membuat minat untuk datang ke *event* jadi menurun karena sudah banyak dari mereka yang menentukan pilihan jauh-jauh hari sebelumnya. Akibatnya, jumlah tamu yang hadir tidak sesuai harapan. Selain itu, *vendor-vendor* pernikahan juga banyak yang sudah terikat di acara lain, sehingga lebih sulit untuk diajak kerja sama.

- d. Pada bagian *Marketing Communication*, terdapat beberapa kendala yang memengaruhi kinerja tim dalam menjalankan fungsinya secara optimal. Permasalahan ini terletak pada kualitas sumber daya manusia yang belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan kompetensi di bidang *marketing communication*. Tim saat ini juga hanya terdiri dari satu orang PKWT dan tiga peserta *On the Job Training* (OJT) yang masih dalam tahap belajar. Kondisi ini menyebabkan pembagian tugas menjadi tidak seimbang dan dalam pelaksanaannya sering kali tidak berjalan maksimal. Kompetensi tinggi yang dimiliki oleh SDM dalam suatu Perusahaan tentunya akan menentukan kualitas SDM yang dimiliki dan akan menentukan kompetitif perusahaan itu sendiri (Qifari, 2022). Kurangnya pemahaman teknis dari tim yang ada menghambat proses perencanaan, eksekusi, hingga evaluasi kegiatan promosi yang seharusnya dilakukan secara terstruktur dan *professional*.
- e. Tim *Marketing Communication* juga menghadapi keterbatasan dalam hal fasilitas pendukung yang seharusnya dapat menunjang kelancaran tugas di

Marketing Communication. Permasalahan tersebut adalah tidak tersedianya perangkat dokumentasi seperti kamera yang memadai, padahal dokumentasi visual merupakan elemen penting dalam kegiatan promosi. Di samping itu, *database* foto-foto dari tahun-tahun sebelumnya, seperti foto-foto kegiatan atau fasilitas perusahaan, tidak terorganisir dengan baik dan sulit diakses, sehingga ketika dibutuhkan kembali, tim mengalami kesulitan dalam pencarian. Akibatnya, tim harus mengambil ulang gambar, namun proses tersebut tidak dapat dilakukan dengan maksimal pula karena keterbatasan alat dokumentasi. Kondisi ini menyebabkan proses pembuatan konten promosi mejadi terhambat dan hasilnya pun kurang optimal.

3.3 Solusi

Berdasarkan pembahasan dari permasalahan dalam penyelenggaraan *event Open House Wedding*, yang mencakup aspek promosi digital yang kurang maksimal, ketidaksesuaian pembagian tugas, hingga koordinasi yang tidak berjalan efektif, maka berikut ini merupakan solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

a. Ketidaksesuaian Pembagian Tugas

Surat perjanjian antara Taman Dayu Golf Club & Resort dengan *Wedding Organizer* harus lengkap dan detail. Setiap keputusan yang berkaitan dengan keterlibatan pihak *vendor*, *Wedding Organizer*, maupun perubahan susunan tim pelaksana harus dicantumkan secara spesifik dalam surat perjanjian. Hal ini penting agar tidak terjadi keputusan sepihak. Surat perjanjian wajib ditandatangani oleh semua pihak yang

berkepentingan dan menjadi dasar hukum serta acuan kerja selama pelaksanaan *event*.

b. Tidak ada tolak ukur dari *event* sebelumnya

Untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan *event* di masa mendatang, diperlukan evaluasi dari *event* sebelumnya. Apabila *event* yang dilaksanakan merupakan *event* pertama, maka perencanaan harus mengandalkan studi banding eksternal dari *event* sejenis di tempat atau oleh pihak lain sebagai referensi utama dalam penyusunan strategi. Selain itu survei pra-acara sangat penting dilakukan untuk memahami minat dan kebutuhan audiens sebagai dasar penyusunan konsep yang lebih tepat sasaran.

c. Pelaksanaan di bulan musim *wedding*

Berdasarkan analisis data tren pernikahan menurut (Blomquist, 2023), diketahui bahwa bulan Juni termasuk dalam musim pernikahan, dimana banyak pasangan berada pada tahap akhir persiapan atau bahkan sedang melaksanakan acara pernikahan mereka. Hal ini menjelaskan mengapa minat untuk menghadiri *event* seperti *Open House Wedding* ini lebih rendah, karena mayoritas calon pengantin telah melakukan *booking venue* dan vendor sejak beberapa bulan sebelumnya.

Sebagai Solusi, jadwal pelaksanaan *event Open House Wedding* disarankan untuk dipindahkan ke bulan-bulan yang lebih strategis yaitu pada periode Januari hingga Maret. Periode ini merupakan masa dimana calon pengantin pada umumnya masih dalam proses mencari dan

menentukan *venue* serta *vendor* pernikahan, sehingga kemungkinan partisipasi dan efektivitas *event* dapat meningkat.

- d. Terkait keterbatasan kompetensi sumber daya manusia, dapat diselesaikan dengan cara meningkatkan kemampuan karyawan melalui pelatihan dan pengembangan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah mengadakan pelatihan internal yang difasilitasi oleh Vasa Hotel selaku *sister company* dari Taman Dayu Golf Club & Resort karena Vasa Hotel memiliki komposisi tim yang lebih besar dan kompeten di bidang *marketing communication*, sehingga dapat membagikan pengalaman dan pengetahuannya. Materi pelatihan yang diberikan dapat mencakup pembuatan konten *digital* (desain *visual*, *copywriting*, dan produksi video), manajemen media sosial, strategi promosi *digital*, serta pengelolaan pemasaran yang efektif. pelatihan ini dapat dilakukan secara berkala, minimal satu kali dalam tiga bulan, agar peningkatan kompetensi karyawan dapat dilakukan secara berkelanjutan dan disesuaikan dengan perkembangan tren. Selain pelatihan, Perusahaan juga disarankan untuk mempertimbangkan penambahan sumber daya manusia yang memiliki latar belakang dan pengalaman di bidang *marketing communication* untuk memperkuat kinerja tim secara keseluruhan. Di sisi lain, pendampingan terhadap peserta *On The Job Training* (OJT) perlu dilakukan secara intensif dengan menugaskan mentor dari karyawan tetap yang memiliki pengalaman. Pendampingan ini meliputi *briefing* mingguan, pemberian feedback terhadap tugas, serta

keterlibatan dalam kegiatan pemasaran agar peserta OJT dapat belajar secara langsung dan berkontribusi secara maksimal dalam mendukung aktivitas Perusahaan.

- e. Dalam mengatasi kendala dalam hal fasilitas kerja, solusi yang dapat diterapkan adalah menyediakan perangkat dokumentasi yang memadai, seperti kamera *DSLR*, alat pencahayaan, serta perangkat lainnya yang dapat membantu proses pembuatan konten dengan hasil yang lebih *professional*. Selain pengadaan alat, Perusahaan juga perlu membangun sistem arsip digital yang terorganisir dengan baik, dimana seluruh materi promosi seperti foto, video, dan desain disimpan secara rapi agar mudah diakses oleh tim. Cara ini harus diikuti dengan penjadwalan dokumentasi secara rutin untuk memastikan tersedianya stok konten yang memadai untuk berbagai kebutuhan promosi.

3.4 Pengalaman Belajar

a. Hard Skills

1. Penulis mempelajari cara merancang strategi promosi yang sesuai dengan target pasar, termasuk penggunaan media sosial, pemilihan waktu tayang iklan, serta mengukur efektivitas promosi berdasarkan data interaksi dan jangkauan.
2. Penulis dapat mengasah keterampilan membuat konten digital seperti *caption*, materi desain, serta penjadwalan konten melalui platform *Instagram* dan *WhatsApp Business*.

3. Penulis belajar menyusun konsep *event*, menentukan vendor, serta menilai kelancaran pelaksanaan suatu *event* di lapangan.
 4. Mengembangkan kemampuan komunikasi secara *professional* dengan *vendor*, *influencer*, dan pihak eksternal lainnya untuk memastikan kelancaran proses kerja sama.
 5. Penulis belajar membaca dan menganalisis data *insight Instagram* dan *Tiktok* untuk mengetahui performa konten, seperti jangkauan, interaksi dan karakteristik *audience*, dan fitur lainnya. Hal ini berguna untuk mengevaluasi strategi konten dan menentukan cara promosi selanjutnya yang lebih efektif.
- b. Soft Skills
1. Komunikasi internal departemen maupun antara departemen lain harus jelas, terbuka, dan dua arah, terutama dalam menyampaikan keputusan penting agar tidak terjadi miskomunikasi.
 2. Keberhasilan *event* sangat bergantung pada kerja sama tim. Tidak hanya internal tim tetapi juga komunikasi dengan pihak eksternal. Kolaborasi yang baik harus dibangun dari awal hingga akhir.
 3. Ketika terjadi perbedaan pendapat/ pandangan, penting untuk menyelesaikan secara *professional* dan mencari titik temu.
 4. Penulis juga belajar mengenai etos kerja yaitu kreatif, bekerja dengan totalitas, loyalitas, komunikatif, bernegosiasi, menjaga hubungan dengan orang lain, berfikir jauh kedepan dan tahan terhadap tekanan.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Simpulan

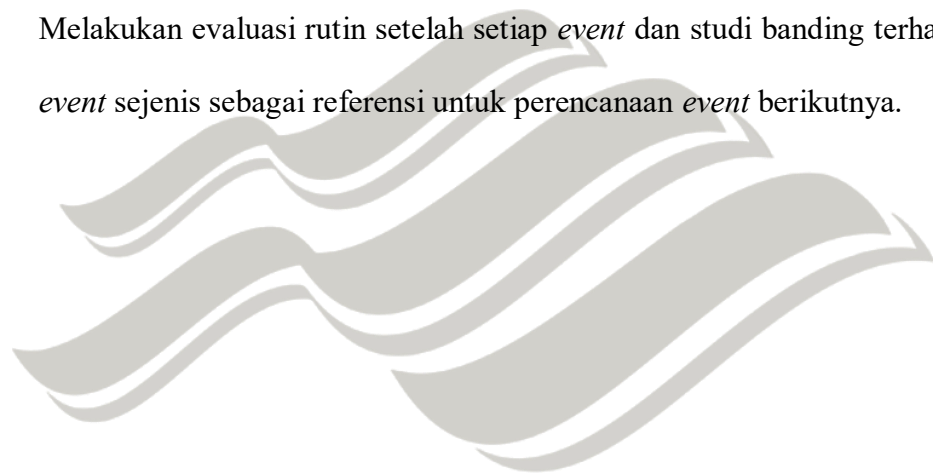
1. Kegiatan Magang di Taman Dayu Golf Club & Resort selama enam bulan memberikan pengalaman langsung dalam praktik kerja bidang Marketing Communication.
2. Penulis terlibat dalam berbagai aktivitas, antara lain membuat konten promosi, mengelola media sosial, serta berpartisipasi dalam perencanaan event Open House Wedding.
3. Event Open House Wedding merupakan event perdana yang memberikan peluang untuk memperkenalkan fasilitas wedding venue secara langsung dan interaktif, namun juga menjadi tantangan karena pelaksanaannya belum berjalan secara optimal.
4. Kendala dalam pelaksanaan event meliputi pembagian tugas yang tidak jelas antara pihak internal dan eksternal, keterbatasan dana untuk promosi digital, perbedaan ekspektasi antar pihak, kurangnya data acuan merupakan event pertama, serta pemilihan waktu pelaksanaan yang kurang tepat.
5. Permasalahan structural tim Marketing Communication mencakup kurangnya sumber daya manusia yang kompeten, minimnya alat kerja penunjang seperti kamera, serta database konten yang tidak tertata dengan baik.

6. Dampak dari permasalahan tersebut menyebabkan efektivitas kegiatan promosi menjadi kurang maksimal.
7. Pengalaman magang ini memberikan pembelajaran yang signifikan, antara lain dalam hal hard skill seperti pembuatan konten digital, analisis insight media sosial, dan perencanaan event, serta soft skill berupa kerja tim, komunikasi *professional*, dan adaptasi terhadap tekanan pekerjaan.

4.1 Saran/ Rekomendasi

1. Menyusun perjanjian kerja sama yang lebih rinci dan jelas dengan pihak eksternal seperti *Wedding Organizer*, agar pembagian tugas dan tanggung jawab tercatat secara formal dan menghindari keputusan sepihak.
2. Mengalokasikan anggaran promosi *digital* secara lebih optimal, terutama untuk penggunaan *Instagram Ads* agar jangkauan promosi lebih luas dan tepat sasaran.
3. Melakukan pelatihan dan pengembangan kompetensi bagi tim *Marketing Communication*, khususnya dalam hal strategi digital, desain konten, dan analisis media sosial.
4. Menambah sumber daya manusia yang kompeten di bagian *Marketing Communication* untuk mendukung efektivitas kerja dan pembagian tugas yang seimbang.
5. Menyediakan fasilitas dokumentasi seperti kamera profesional, alat *lighting*, dan perangkat *editing* guna meningkatkan kualitas konten promosi.

6. Membangun sistem penyimpanan arsip *digital* yang terorganisir dengan baik agar materi promosi seperti foto, video, dan desain terdokumentasi dan mudah diakses.
7. Menjadwalkan *event* promosi di waktu yang lebih tepat, seperti di luar musim pernikahan, untuk meningkatkan potensi kehadiran tamu dan ketersediaan vendor.
8. Melakukan evaluasi rutin setelah setiap *event* dan studi banding terhadap *event* sejenis sebagai referensi untuk perencanaan *event* berikutnya.



UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, W., & Kunci, K. (2024). *Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*. 3(1), 162–166.
- Blomquist, L. (2023). *The 6 Most Popular Wedding Months*. Brides.Com.
<https://www.brides.com/most-popular-wedding-months-8400349>
- Lutfia, D. D., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Internship Bagi Peningkatan Kompetensi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 199–204.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i3.340>
- Muarif, A., Syarifudin, A., & Hamandia, M. R. (2024). *Analisis Faktor Keberhasilan Event Organizer Dalam Menyelenggarakan Acara (Studi Kasus Cv Soundtrack Indonesia)*. 1(4), 1–8.
- Priyatna, D., & Gusrini, I. (2020). *PENGARUH PEMBAGIAN KERJA TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA PEGAWAI BPS KABUPATEN SUMEDANG*. 5, 92–105.
- Qifari, M. Al. (2022). *PERANAN KOMPETENSI SDM DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM DI KABUPATEN LOMBOK TENGAH*. 2(3).
- Siburian, E., Catur, H., & Hasman, P. (2024). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Brand Image Honda Pada Masyarakat Kelurahan Mangga , Medan The Influence of Content Marketing and Event Marketing on Honda ' s Brand Image in the Community of Mangga Village , Medan*. 5(1).
<https://doi.org/10.31289/jimbi.v5i1.4320>
- Smith, W. (2007). D. Getz, *Event Management & Event Tourism* (2nd ed.), Cognizant Communication Corporation, New York (2005) ISBN 1-882345-46-0 (439pp. including indices, Pbk, USD \$74.50). *Tourism Management - TOURISM MANAGE*, 28, 352–353.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.011>
- Syarif, M. I., & Aisyah, S. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing , Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Customer Engagement*. 30(01), 48–70.
- Adila, W., & Kunci, K. (2024). *Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*. 3(1), 162–166.
- Blomquist, L. (2023). *The 6 Most Popular Wedding Months*. Brides.Com.
<https://www.brides.com/most-popular-wedding-months-8400349>
- Lutfia, D. D., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Internship Bagi Peningkatan Kompetensi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 199–204.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i3.340>
- Muarif, A., Syarifudin, A., & Hamandia, M. R. (2024). *Analisis Faktor*

- Keberhasilan Event Organizer Dalam Menyelenggarakan Acara (Studi Kasus Cv Soundtrack Indonesia). 1(4), 1–8.*
- Priyatna, D., & Gusrini, I. (2020). *PENGARUH PEMBAGIAN KERJA TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA PEGAWAI BPS KABUPATEN SUMEDANG. 5, 92–105.*
- Qifari, M. Al. (2022). *PERANAN KOMPETENSI SDM DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM DI KABUPATEN LOMBOK TENGAH. 2(3).*
- Siburian, E., Catur, H., & Hasman, P. (2024). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Brand Image Honda Pada Masyarakat Kelurahan Mangga , Medan The Influence of Content Marketing and Event Marketing on Honda ' s Brand Image in the Community of Mangga Village , Medan. 5(1).*
<https://doi.org/10.31289/jimbi.v5i1.4320>
- Smith, W. (2007). D. Getz, *Event Management & Event Tourism* (2nd ed.), Cognizant Communication Corporation, New York (2005) ISBN 1-882345-46-0 (439pp. including indices, Pbk, USD \$74.50). *Tourism Management - TOURISM MANAGE, 28, 352–353.*
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.011>
- Syarif, M. I., & Aisyah, S. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing , Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Customer Engagement. 30(01), 48–70.*

UNIVERSITAS
MA CHUNG

LAMPIRAN



Lampiran 1. Farewell Party



Lampiran 2. Monthly Trainee Meeting



Lampiran 3. Event Golf Tournament



Lampiran 4. Monthly Sales Marketing Meeting



Lampiran 6. Halal Bihalal & Motivational Training



Lampiran 5. Doorprize Distribution at Middle Year Golf Tournament



Lampiran 7. Promotion of Open House Wedding on Pas FM Surabaya



Lampiran 8. Decorating for Birthday Party