EVENT TEMATIK SALAH SATU UPAYA MARCOMM UNTUK MENINGKATKAN CITRA *MALL* DAN TINGKAT KUNJUNGAN DI MATOS

LAPORAN MAGANG

DISUSUN OLEH :

ERIKA CASSANDRA – 112210026

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS MA CHUNG

TAHUN 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang berjudul:

"EVENT TEMATIK SALAH SATU UPAYA MARCOMM UNTUK MENINGKATKAN CITRA MALL DAN TINGKAT KUNJUNGAN DI MATOS"

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama	: Erika Cassandra
NIM	: 112210026
Program Studi	: Manajemen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung, pada tanggal 25 Juni 2025 dan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1).

Dosen Pembimbing

Sahala Manalu, S.E., M.M.
M.M. NIP. 20100023

Dosen Penguji

Sahala Manalu, S.E.,
NIP. 20100023

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tarsisius Renald Suhendra S.E., M.Si. Ph.D., C.R.A., CIC.

NIP. 20080021

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena Rahmatnya laporan magang pada Lippo Plaza Batu yang berjudul "Upaya Marketing Melalui Survey Pengunjung Dalam Rangka Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Lippo Plaza Batu" ini dapat berjalan dan selesai dengan baik. Laporan Magang ini diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik program studi strata 1 pada Jurusan Manajemen Bisnis di Universitas Ma Chung Malang sebagai nilai pengganti untuk mata kuliah pada semester 6. Selain itu tujuan dari dibuatnya laporan magang ini adalah sebagai bentuk agar pembaca dapat memahami bagaimana sebuah permasalahan yang sama dengan Solusi yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, MS. MSC. Selaku Rektor Universitas Ma Chung Malang.
2. Bapak Tarsisius Renald Suganda S.E., M.Si., Ph.D., CRA., CIC. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung Malang.
3. Bapak Uki Yonda Asepta, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Ma Chung Malang.
4. Bapak Sahala Manalu, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan pengarahan, dan memberikan dorongan dalam menyelesaikan laporan magang ini.

UNIVERSITAS MA CHUNG

5. Ibu Sasmitha Rahayu, selaku Manager Leasing dan Marketing Communication Lippo Plaza Malang.

6. Bapak Theo Krestian, selaku Marketing Communicatio

UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR ISI

Isi

DAFTAR ISI i
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Magang 1
Gambar 1 Google 2024 2
Tabel 1 Data statistik *event* Malang Town Square Januri 2024 – Januari 2025 4
1. 2 Tujuan Magang 7
1.3 Manfaat Magang 8
BAB II 10
PELAKSANAAN MAGANG 10
2.1 Profil Perusahaan 10
Gambar 2 Logo Malang Town Square 12
2.2 Struktur Organisasi 14
Gambar 3 Stuktur Organisasi Perusahaan 14
2.3 Keterangan *Job Desk* 15
2.4 Deskripsi Jabatan 16
2.4 *Event* 2025 Malang Town Square 18
2.5 Fokus Magang 20
Tabel 2 Perencanaan Kegiatan Magang Erika Cassandra 21
2.6 Rincian Magang 25
2.7 Pelaksanaan Magang 26
Tabel 3 Masa Kerja Selama 6 Bukan 27
BAB III 40
EVALUASI MAGANG 40
3.1 Permasalahan 40
3.2 Pembahasan 40
3.3 Solusi 42
3.4 Pengalaman Magang 44
BAB IV 45
PENUTUP 45

UNIVERSITAS MA CHUNG

4.1 Kesimpulan 45
4.2 Saran 46
DAFTAR PUSTAKA 48
LAMPIRAN 50

UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB I
PENDAHULUAN

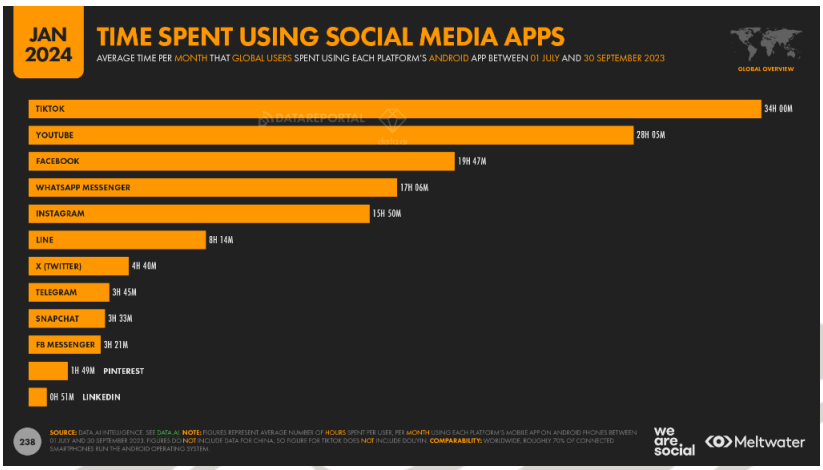
1.1 Latar Belakang Magang

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat saat ini membuat manusia tidak bisa lepas dari perangkat elektronik seperti smartphone. Salah satu dampak positif dari perkembangan ini adalah semakin mudahnya akses informasi, termasuk informasi mengenai berbagai *event* yang diselenggarakan di pusat perbelanjaan seperti *Mall* Malang Town Square (MATOS). Promosi *event* melalui digital ini bertujuan untuk menjangkau konsumen sebanyak mungkin dengan cara yang efisien dan relevan. (Adhitya et al., 2024)

Social Media Marketing adalah bentuk pemasaran secara digital menggunakan media social dan situs *website* yang melibatkan aktivitas seperti membangun kehadiran konsumen di level sosial, menyebarkan kesadaran merek, melibatkan pelanggan melalui konten yang diunggah, dan meningkatkan konversi ROI *(Return Of Investment) (Vlada, n.d.). Mall* Malang Town Square merupakan salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Kota Malang yang telah berdiri sejak tahun 2005. Terletak strategis di Jalan Veteran No. 2, MATOS dikenal sebagai tempat yang tidak hanya menyediakan berbagai pilihan belanja dan kuliner, tetapi juga aktif menggelar berbagai *event* menarik untuk pengunjung dari berbagai kalangan usia.

Menurut laporan data tren pengguna internet dari *Data Reptortal,* dari analisi perushaan *data reportal* menunjukan bahwa TikTok memiliki rata – rata waktu per pengguna tertinggi di bandingkan aplikasi social media lainnyaantara

bulan Juli dan September 2023, dengan pengguna Android rata – rata platform tersebut menghabiskan 34 jam per bulan. Dengan kata lain, pada Tingkat dunia, rata – rata pengguna TikTok kini menghabiskan lebih dari satu jam per hari menggunakan platform tersebut.



Gambar 1 Google 2024
https://l1nq.com/XycPM

Perbandingan yang lebih mencolok adalah dengan Instagram, dengan wawasan data. AI yang mengungkapkan bahwa pengguna Instagram pada umumnya menghabiskan waktu kurang dari setengah waktu yang di habiskan pengguna TikTok menggunakan aplikasi TikTok menggunakan aplikasi *Android platform* tersebut.

Analisis data AI menunjukkan bahwa pengguna Instagram menghabiskan rata – rata 15 jam dan 50 menit per bulan menggunakan aplikasi tersebut, yang setara dengan rata -rata sekitar 31 menit per hari. Namun, data yang sama mengungkapkan bahwa kedua aplikasi telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam waktu rata-rata per pengguna selama setahun terakhir.

UNIVERSITAS MA CHUNG

Rata-rata waktu penggunaan TikTok meningkat 3 jam 46 menit per pengguna per bulan (+12 persen), sementara rata-rata waktu penggunaan Instagram meningkat lebih dari 4 jam per pengguna per bulan (+34 persen). Menariknya, kedua aplikasi melihat rasio penggunaan harian yang sama, dengan lebih dari 6 dari 10 pengguna membuka aplikasi setiap hari.

Dengan adanya pengguna TikTok memberikan peluang kepada pemasaran dalam memasarkan produk maupun jasa. Selain itu, dari sisi konsumen instagran dapat mempermudah mereka untuk melihat produk dan jasa yang di tawarkan dan dikemas melalui konten foto maupun video singkat. Maraknya penggunaan TikTok sebagai media pemasaran menuntut pemasaran harus mengetahui cara menggunakan TikTok agar lebih berkualitas, seperti menciptakan konten pesan yang jelas.(Krisdanu & Kiranastari Asoka Sumantri, 2023)

Selama periode magang yang dilakukan di *Mall* Malang Town Square, penulis melakukan observasi terhadap sejumlah *event* yang rutin diselenggarakan di *mall* ini. *Event-event* tersebut tidak hanya bertujuan untuk menarik pengunjung, tetapi juga menjadi salah satu cara MATOS membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat dan meningkatkan daya tarik sebagai destinasi wisata belanja dan hiburan.

Beberapa jenis *event* yang kerap diadakan di MATOS antara lain adalah festival kuliner, lomba fashion show anak, konser mini dari musisi lokal, bazar UMKM, hingga *event* musiman seperti Halloween Party, Natal, dan Tahun Baru. *Event-event* ini sering kali dipromosikan melalui media sosial resmi MATOS, terutama Instagram, yang kini menjadi platform utama dalam menjangkau audiens.

UNIVERSITAS MA CHUNG

Menurut hasil pengamatan dan data yang diperoleh, *event* yang dikemas secara kreatif dan mengikuti tren kekinian misalnya lomba TikTok challenge atau photo booth Instagramable menarik minat pengunjung lebih banyak, terutama dari kalangan remaja dan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam menyukseskan penyelenggaraan *event*, karena memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Berikut hasil data statistik *event* Januari 2024 – Januari 2025

Tabel 1 Data statistik *event* Malang Town Square Januri 2024 – Januari 2025

Bulan / Tanggal	**Nama *Event***	**Jenis Kegiatan**	**Jumlah Peserta / *Tenant***
22 – 26 Januari 2024	Busra Umroh Ramadhan	Pameran travel & umroh, lomba tahfidz, live music	>15 travel resmi
7 – 11 Februari 2024	Perayaan Imlek 2024	Kampung China, lomba fashion, barongsai, tari tradisional	Ratusan pengunjung
19 – 21 Juli 2024	Festival Kuliner Nusantara Heritage	Kuliner, kriya, pertunjukan budaya, bazar UMKM	>100 *tenant* & 78 UMKM
29 Januari – 3 Februari 2025	Perayaaan Imlek 2025 – The Wise Of Wooden Snake	Barongsai, wushu, tari lintas budaya, K-Pop dance, lomba mewarnai, bazar	>50.000 pengunjung (puncak)

Sumber: Google 2025

1. Bursa Umrah Ramadhan (22–26 Januari 2024)

Acara ini adalah pameran travel umrah dan haji terbesar di Malang yang diadakan awal tahun 2024. Selama lima hari, pengunjung bisa bertemu langsung dengan lebih dari 15 biro travel resmi yang sudah punya izin dari Kementerian

Agama. Banyak promo menarik ditawarkan, seperti pendaftaran haji mulai Rp10 juta, bahkan ada promo unik: daftar tiga orang umrah, satu orang bisa gratis. Selain itu, acaranya makin semarak dengan lomba tahfidz untuk siswa SD sampai SMA dan pertunjukan live music tiap hari, jadi suasananya religius tapi tetap seru dan menghibur.

2. Perayaan Imlek 2024 (7–11 Februari 2024)

Untuk merayakan Tahun Baru Imlek, Malang Town Square (MATOS) menyulap bagian dalam mal menjadi Kampung China lengkap dengan lampion merah, gapura bergaya oriental, dan dekorasi khas Tionghoa lainnya. Selama lima hari, banyak pertunjukan budaya digelar, mulai dari lomba fashion dengan kostum oriental yang diikuti berbagai usia, pertunjukan barongsai, sampai tarian khas Tionghoa. Setiap hari mal ramai dikunjungi orang yang penasaran dengan nuansa Imlek yang meriah ini. Selain hiburan, *event* ini juga memperkenalkan budaya Tionghoa ke masyarakat luas dengan cara yang menyenangkan.

3. Festival Kuliner Nusantara Heritage (19–21 Juli 2024)

Ini adalah festival yang wajib dikunjungi buat kamu pecinta makanan lokal! Selama tiga hari, atrium MATOS dipenuhi lebih dari 100 *tenant* makanan dan produk kerajinan, termasuk 78 UMKM dari berbagai daerah di Indonesia. Kamu bisa mencicipi beragam masakan khas daerah, dari yang populer sampai yang jarang ditemukan. Selain kuliner, ada juga pertunjukan seni budaya seperti tari-tarian daerah, musik tradisional, dan pameran kerajinan tangan. Tujuan *event* ini jelas: bukan cuma menghibur, tapi juga mendukung UMKM lokal dan memperkenalkan kekayaan budaya Nusantara ke generasi muda.

UNIVERSITAS MA CHUNG

4. Perayaan Imlek 2025 – The Wise of Wooden Snake (29 Januari – 3 Februari 2025)

Di awal tahun 2025, MATOS kembali menggelar *event* Imlek dengan tema "The Wise of Wooden Snake". Acara ini berlangsung hampir seminggu penuh dan punya banyak kegiatan seru. Ada atraksi barongsai, pertunjukan Wushu, tarian lintas budaya, sampai kompetisi K-Pop Dance yang seru banget buat anak muda. Untuk anak-anak, ada lomba mewarnai, dan buat para pecinta makanan, ada bazar kuliner khas Imlek. *Event* ini sangat meriah dan sukses besar—di hari puncaknya saja, pengunjungnya diperkirakan mencapai lebih dari 50.000 orang. Ini jadi salah satu *event* terbesar yang pernah diadakan di MATOS.

Pihak manajemen MATOS juga berupaya meningkatkan engagement melalui media sosial, dengan cara rutin membagikan konten yang menarik, seperti video recap *event*, teaser acara yang akan datang, serta kuis dan giveaway yang melibatkan pengikut akun mereka. Interaksi yang tinggi antara akun MATOS dan pengikutnya menjadi salah satu indikator keberhasilan strategi promosi *event* yang mereka jalankan.

Dengan tingginya antusiasme masyarakat terhadap *event-event* yang diadakan, *Mall* Malang Town Square diharapkan dapat terus menghadirkan acara yang lebih variatif dan inovatif, guna meningkatkan jumlah pengunjung sekaligus memperkuat citra sebagai pusat perbelanjaan yang aktif, kreatif, dan dekat dengan masyarakat.

Sebagai mahasiswa Manajemen Digital Bisnis dari Universitas Ma Chung, Penulis memiliki ketertarikan yang mendalam pada bidang pemasaran dan

UNIVERSITAS MA CHUNG

komunikasi, khususnya dalam konteks industri *retail* dan gaya hidup. Penulis memahami bahwa divisi Marcomm di sebuah *mall* merupakan garda terdepan dalam menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengunjung dan membangun loyalitas merek. Melalui mata kuliah Manajemen Pemasaran, Kewirusahaan, Digital Marketing, dan progam kampus yang harus mengikuti program kerja, menjadikan penulis memahami teori dan kinerja mengenai konsep dan strategi pemasaran modern.

Oleh karena itu, saya sangat antusias untuk memiliki kesempatan belajar dan kontribusi secara langsung melalui program magang di divisi Marcomm Malang Town Square. Penulis percaya bahwa dengan berpartisipasi aktif dalam kegiatan operasional dan proyek – proyek *event* Marcomm di lingkungan *mall* yang sesungguhnya, saya dapat mengembangkan keterampilan praktis, memperluas wawasan industri, serta mengaplikasikan pengetahuan teori yang telah saya peroleh. Pengalaman magang ini akan menjadi landasan yang berharga bagi pengembangan karir penulis di masa depan dalam industri pemasaran dan komunikasi yang tidak didapat dalam lingkungan kuliah. Penulis berharap dapat memberikan kinerja yang baik kepada tim Marcomm serta memberikan kontribusi positif bagi kemajuan *mall.*

UNIVERSITAS MA CHUNG

1. 2 Tujuan Magang

Adapun tujuan dari kegiatan magang ini adalah :

1. Mengetahui efektivitas pengadaan *event* bagi suatu perusahaan.

2. Mengasah *hardskill* dan *softskill* dalam kerja lapangan, terutama dalam pengadaan *event marketing*.

3. Mengaplikasikan teori dalam praktik yang mencakup pengamatan tentang bagaimana konsep akademis seperti manajemen pemasaran dan manajemen risiko diterapkan dalam konteks industri *retail*.

1.3 Manfaat Magang

Pelaksanaan Magang diharapkan memberikan keutungan yang positif, baik untuk penulis pribadi, Universitas Ma Chung, maupun PT Lippo *Malls* Indonesia. Beberapa manfaat yang diharapkan mencakup:

1. Bagi Mahasiswa

a. Mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengimplementasikan dan meningkatkan pengetahuan yang diperoleh selama kuliah.

b. Mahasiswa dapat merasakan secara langsung dinamika dunia kerja di perusahaan yang berjalan di bidang ritel.

c. Mahasiswa mendapat pengalaman yang lebih di bidang kepengurusan *event – event* di MATOS

d. Mahasiswa mengetahui cara untuk menghadapi dan menyelesaikan masalah yang muncul selama pelaksanaan *event*.

e. Mahasiswa memahami bagaimana strategi promosi *event* digunakan untuk menarik pengunjung.

2. Bagi Universitas Ma Chung

a. Memperkuat kerjasama antara universitas dan PT Lippo *Malls* Indonesia Malang.

b. Meningkatkan visibilitas dan reputasi universitas di lingkungan kerja, khususnya di PT Lippo *Malls* Indonesia Malang.

UNIVERSITAS MA CHUNG

c. Peluang riset dan studi kasus industry bagi Universitas Ma Chung

3. Bagi Perusahaan

a) Membangun hubungan yang bauk untuk kerjasma dan saling menguntungkan bagi Perusahaan, Mahasiswa dan Universitas Ma Chung

b) Memungkinkan Perusahaan untuk mengetahui dan melihat Bagaimana kualitas mahasasiswa Universitas Ma Chung dalam Program Studi Manajamen.

c) Sumber ide yang kreatif dan *update.*

UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB II
PELAKSANAAN MAGANG

2.1 Profil Perusahaan

1. Sejarah

Malang Town Square, atau yang lebih dikenal dengan nama MATOS, adalah salah satu pusat perbelanjaan yang cukup populer di kota Malang, Jawa Timur. Pusat perbelanjaan ini mulai dibangun pada akhir 2000-an dan diresmikan pada 2005. Sejak awal pembangunannya, MATOS dirancang sebagai tempat yang tidak hanya untuk berbelanja, tetapi juga untuk tempat hiburan dan rekreasi keluarga.

Dengan konsep modern dan luas, MATOS menawarkan berbagai fasilitas, seperti deretan toko, restoran, bioskop, hingga beberapa tempat nongkrong yang nyaman. Pusat perbelanjaan ini menjadi pilihan utama bagi warga Malang dan wisatawan untuk berbelanja, bersantai, atau sekadar menikmati suasana kota.

Seiring waktu, MATOS berkembang menjadi lebih dari sekadar pusat belanja, tetapi juga menjadi ikon yang mewakili gaya hidup modern di kota Malang. Dengan lokasi yang strategis di pusat kota, MATOS juga menjadi tempat yang sering digunakan untuk berbagai acara dan kegiatan komunitas – komunitas yang ada di Malang Raya.

Secara keseluruhan, MATOS berperan penting dalam memberikan alternatif hiburan dan fasilitas belanja bagi masyarakat Malang, serta turut memajukan sektor pariwisata dan perekonomian kota.

Malang Town Square akan terus mengembangkan bisnisnya dengan fokus pada peningkatan pengalaman pengunjung melalui berbagai *event* menarik yang

UNIVERSITAS MA CHUNG

diadakan secara berkala. Hal ini akan memperkuat posisinya sebagai pusat perbelanjaan yang tidak hanya menawarkan belanja, tetapi juga hiburan dan rekreasi bagi masyarakat. Kunci kesuksesan yang telah diraih oleh Malang Town Square tidak terlepas dari visi dan misi yang dimiliki oleh perusahaan induknya, PT. Lippo *Malls* Indonesia, yang selalu berkomitmen untuk menciptakan lingkungan yang inovatif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Dengan memahami perkembangan kebutuhan pasar dan tren konsumsi masyarakat saat ini, Malang Town Square berencana untuk terus melebarkan sayap bisnisnya. Ini termasuk penambahan berbagai fasilitas baru, perbaikan infrastruktur, serta pengembangan konsep acara yang dapat menarik lebih banyak pengunjung, baik dari dalam *Mall* maupun dari luar *Mall*. Sebagai pusat perbelanjaan yang terus beradaptasi dengan perubahan zaman, Malang Town Square akan terus berinovasi untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan, sekaligus menjadi tempat yang relevan bagi masyarakat untuk berkumpul dan menikmati berbagai kegiatan yang ada.

2. **Visi dan Misi**

Adapun visi dan misi dari PT Lippo *Mall* Indonesia adalah sebagai berikut. Lippo *Mall* Indonesia memiliki visi *Broadening Horizon* atau memiliki terjemahan "memperluas Cakrawala" yang artinya menjadi perusahaan properti terkemuka di Indonesia dan secara regional dengan tekad untuk menyentuh kehidupan masyarakat luas di semua lini bisnis. Melalui visi ini, Lippo *Mall* Indonesia ingin mengubah kehidupan masyarakat Indonesia melalui kehadirannya terutama di daerah yang masih sulit di jangkau karena umumnya para developer hanya

UNIVERSITAS MA CHUNG

membangun mal di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Medan, Malang dan kota lainnya.

3. Logo Perusahaan

Malang Town Square merupakan anak perusahan PT. Lippo *Malls* Indonesia yang bergerak pada bidang pusat perbelanjaan. Malang Town Square sendiri memilki sebuah logo dengan sebagai berikut:

Gambar 2 Logo Malang Town Square
Sumber : Google (2025)

Dalam membangun sebuah bisnis, logo bukan sekedar gambar biasa logo adalah symbol yang mencerminkan identitas dan nilai dari perusahaan itu sendiri. Seperti logo *Mall* Malang Town Square, yang terinspirasi dari ikon atau lambing tertentu di kota Malang. Logo Malang Town Square sendiri memiliki desain yang modern dan sederhana, dengan warna – warna yang cerah dan dinamis. Desain Malang Town Square sendiri memfokuskan pada desain yang menarik dan mudah di kenali, serta sesuai dengan konsep pusat perbelanjaan modern yang ditawarkan.

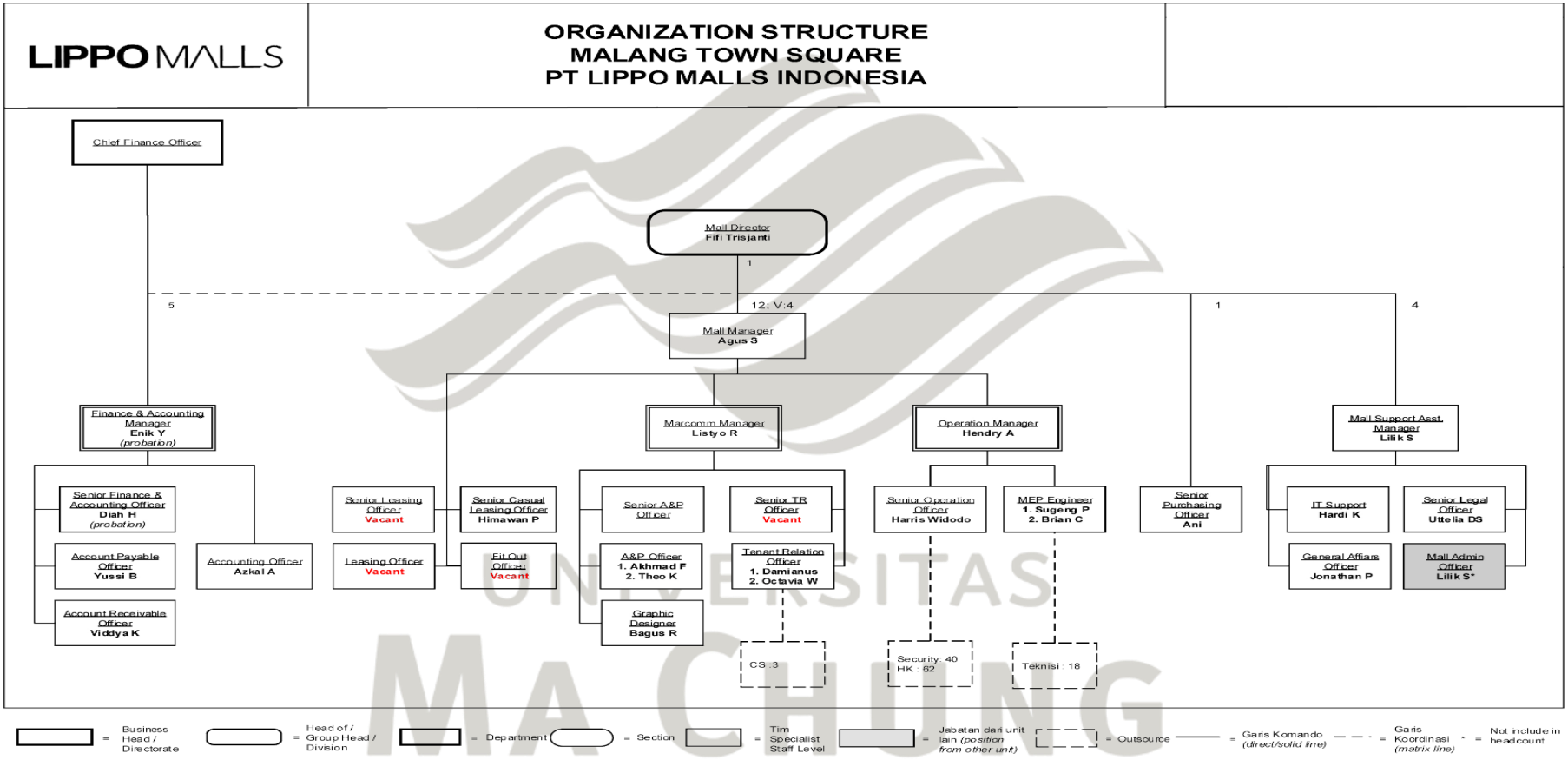
UNIVERSITAS MA CHUNG

4. Nilai Perusahaan

Malang Town Square menjunjung tinggi lima nilai utama yang menjadi dasar dalam menjalankan seluruh aktivitas operasionalnya, yaitu integritas, keadilan, akuntabilitas, profesionalisme, dan transparansi. Kami meyakini bahwa integritas adalah kunci dalam membangun kepercayaan dengan pengunjung, *tenant*, dan mitra melalui sikap yang konsisten dan dapat diandalkan. Dalam setiap layanan dan keputusan, kami mengedepankan prinsip keadilan, dengan memastikan perlakuan yang setara bagi semua pihak tanpa diskriminasi. Kami juga memegang teguh akuntabilitas, dengan bertanggung jawab atas setiap kebijakan dan kegiatan operasional yang dijalankan secara efektif dan efisien. Selain itu, kami terus mendorong profesionalisme dengan meningkatkan keterampilan dan kapasitas tim agar mampu memberikan pelayanan terbaik di setiap kesempatan. Terakhir, kami mengutamakan transparansi dalam menyampaikan informasi yang relevan dan penting bagi seluruh pemangku kepentingan, karena kami percaya bahwa keterbukaan adalah dasar dari hubungan yang kuat dan berkelanjutan.

UNIVERSITAS
MA CHUNG

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 3 Stuktur Organisasi Perusahaan

UNIVERSITAS MA CHUNG

2.3 Keterangan *Job Desk*

Mall Director : Fifi Trisjanti

Mall Manager : Agus S

Marcomm Manager : Listyo R

- A&P Officer : 1. Akhmad F
  2. Theo K
- *Tenant* Relation Officer :1. Dami anus
  2. Octavia W
  - CS : 3 Orang
- Graphic Designer : Bagus R

Operation Manager : Hendry A

- Senior Operation Officer : Harris Widodo
  - Security : 40
  - HK : 62
- MEP Engineer : 1. Sugeng P
  2. Brian C
  - Teknisi : 18

Finance &Accounting Manager : Enik Y

- Senior Finance & Accounting Officer : Diah H
- Account Payable Officer :Yussi B
- Account Receivable Officer : Viddya K
- Accounting Officer : Azkal A

Mall Support Asst : Lilik S

UNIVERSITAS MA CHUNG

- IT Support : Hardi K
- Senior Legal Officer : Uttelia DS
- General Affiars Officer : Jonathan P
- *Mall* Admin Officer : Lilik S

Senior Purchasing Officer : Ani

2.4 Deskripsi Jabatan

1. *Mall* Director

- Memimpin keseluruhan operasional dan manajemen pusat perbelanjaan Malang Town Square.
- Bertanggung jawab kepada Chief Finance Officer di atasnya.

2. *Mall* Manager

- Bertanggung jawab langsung terhadap kegiatan operasional harian *mall*.
- Mengkoordinasi tiga divisi utama: Marketing, Operation, dan Asset Management.
- Menjadi penghubung antara *Mall* Director dan kepala-kepala divisi lainnya.

3. Marketing Division

- **Marketing Manager**

  Bertugas mengelola promosi, *event*, dan hubungan dengan *tenant* untuk meningkatkan kunjungan dan penjualan.

- **Senior Customer Relation Officer**

  Mengelola hubungan baik dengan *tenant* dan pengunjung *mall*.

UNIVERSITAS MA CHUNG

- **Senior AE Officer**

  Mencari dan menangani penyewa iklan atau promosi, termasuk *tenant* temporer.

- **AE Officer**

  Membantu pekerjaan Senior AE dan bertugas menangani *tenant* dan booth pameran.

- **Senior TSD Officer**

  Biasanya menangani materi promosi visual (iklan, spanduk, videotron, dsb).

- **Internal Relation Officer**

  Mengelola komunikasi internal antar divisi dan membantu koordinasi *event*.

- **Graphic Designer**

  Membuat desain visual untuk kebutuhan promosi dan *event*.

4. Operation Division

- **Operation Manager**

  Memastikan kelancaran fasilitas dan pelayanan *mall*.

- **Senior Operation Supervisor**

  Memimpin tim teknis di lapangan untuk pengelolaan fasilitas umum (escalator, kebersihan, keamanan, dll).

- **MEP Engineer Supervisor & Engineer**

  Bertanggung jawab atas perawatan dan teknis instalasi Mekanikal, Elektrikal, dan Plumbing.

UNIVERSITAS MA CHUNG

5. Finance & Accounting Division

- **Finance & Accounting Manager**

  Mengatur semua urusan keuangan dan pembukuan *mall*.

- **Section Head**

  Mengawasi tim AR/AP (account receivable/payable).

- **Account Payable/Receivable**

  Mengurus transaksi pembayaran dan penagihan.

- **Accounting Staff**

  Menyusun laporan keuangan bulanan, tahunan, dan audit.

6. Asset Management & Legal

- **Asset Management Head**

  Menangani administrasi kepemilikan aset serta kepatuhan hukum.

- **IT Support**

  Memastikan sistem jaringan dan komputer *mall* berjalan lancar.

- **General Affair**

  Mengatur hal-hal umum seperti ATK, kebersihan, dan fasilitas internal.

- **Legal Officer**

  Mengurus dokumen legal, perizinan, dan perjanjian kontrak *tenant*.

- **Mail Admin Officer**

  Mengelola surat menyurat dan dokumen administrasi *mall*.

2.4 *Event* 2025 Malang Town Square

Sebagai pusat perbelanjaan yang menjadi salah satu ikon kota Malang, Malang Town Square (MATOS) memiliki potensi besar untuk menjadi lebih dari

UNIVERSITAS MA CHUNG

sekadar tempat belanja. Untuk meningkatkan traffic pengunjung dan memperkuat citra MATOS sebagai destinasi gaya hidup modern, dibutuhkan *event* yang tidak hanya menarik perhatian, tapi juga menciptakan pengalaman yang berkesan dan relevan bagi berbagai kalangan.

Salah satu konsep yang bisa diangkat adalah "MATOS Lifestyle Festival", sebuah *event* tematik yang berlangsung selama beberapa hari dan menyatukan berbagai elemen hiburan, edukasi, belanja, dan komunitas dalam satu rangkaian acara. *Event* ini bisa mencakup:

1. Fashion Show dan Pop-Up Brand Lokal – Menampilkan karya desainer lokal maupun *tenant-tenant* fashion di MATOS, sehingga mendukung UMKM sekaligus menghidupkan atrium *mall* dengan nuansa kreatif.
2. Food & Beverage Experience – Area mencicipi kuliner dari *tenant* F&B yang sudah ada dan *tenant* tamu, disertai lomba masak, demo barista, dan promo spesial hanya selama *event* berlangsung.
3. Workshop dan Talkshow Inspiratif – Mengundang narasumber dari berbagai bidang (keuangan, karier, kesehatan mental, dll.) untuk mengisi sesi edukatif yang membangun koneksi lebih personal dengan pengunjung.
4. Kompetisi Komunitas dan Hiburan Anak Muda – Seperti dance competition, e-sport mini tournament, live music, dan cosplay parade, agar pengunjung muda lebih tertarik untuk hadir dan berinteraksi.

UNIVERSITAS MA CHUNG

5. Promo Khusus & Gamifikasi Belanja – Setiap pengunjung yang berbelanja bisa menukarkan struk dengan kesempatan ikut undian atau permainan berhadiah langsung, untuk menciptakan excitement tambahan.

Dengan menggelar *event* seperti ini secara rutin, MATOS bisa menciptakan alasan baru bagi pengunjung untuk datang, tidak hanya untuk belanja tapi juga untuk mencari hiburan, ilmu, atau pengalaman baru. Ini akan berdampak langsung pada meningkatnya jumlah pengunjung, waktu tinggal di *mall* (dwell time), serta daya tarik MATOS sebagai *mall* yang aktif, modern, dan menyenangkan untuk semua kalangan.

2.5 Fokus Magang

Selama magang di PT Lippo *Malls* Indonesia, Gerai Malang, fokus penulis adalah memperdalam pemahaman mengenai strategi komunikasi pemasaran, mengembangkan keterampilan dalam membangun engagement dengan pengunjung mal, serta memahami pendekatan strategis dalam menarik dan mempertahankan loyalitas pengunjung melalui berbagai kampanye promosi dan kegiatan branding. Penulis dibimbing langsung oleh *Manager Marketing Communication* dan A&P Officer di Lippo *Malls* Indonesia, Gerai Malang, yang memberikan arahan dan materi secara langsung selama pelaksanaan Magang.

Dalam proses magang ini, penulis mendapatkan berbagai materi dan wawasan berharga dari *Manager Marketing Communication* dan A&P Officer yang mencakup sejarah berdirinya Lippo *Malls* Indonesia, strategi komunikasi merek, perencanaan *event* marketing, analisis perilaku pengunjung, hingga pendekatan

UNIVERSITAS MA CHUNG

digital marketing dalam era transformasi media saat ini. Semua materi tersebut didasarkan pada pengalaman praktis dan operasional tim Marketing Communication dalam mengelola branding dan engagement di lingkungan pusat perbelanjaan.

Selama proses magang pada Manajemen Malang Town Square Penulis rencananya akan ditugaskan pada bagian *Marketing Comunication* yang bertugas sebagai *marketing comunication*. *Marketing comunication* sendiri memiliki *job description* untuk menjalankan pemasaran lewat media social dan mempersiapkan semua kebutuhan yang akan digunakan dalam melaksanakan kegiatan kampanye pemasaran produk baik secara *online* maupun secara *offline* serta melakukan dekorasi *event* yang di selenggarakan oleh MATOS, pelaksanaan *event* dan penulisan proposal. Penulis selama magang akan mengikuti dan membantu beberapa aktivitas *marketing* yang dilakukan divisi *Marketing Comunication* Malang Town Square yang dilakukan secara *offline* maupun *online,* dan beberapa *event* Malang Town Square diadakan di luar *mall* seperti di hotel. Kegiatan yang Penulis lakukan selama magang di Malang Town Square ini adalah membantu di bidang *marketing* yaitu dalam mempersiapkan peralatan dan kebutuhan untuk kegiatan *marketing* baik dalam mempersiapkan dan menjalankan *event* yang ada di Malang Town Square mulai dari dekorasi *Mall*, *Grand Opening Tenant, Customer Gathering* dan *event*, dan kegiatan *marketing* lainnya, sebagai perantara antara Malang Town Square dengan pihak eksternal khususnya *vendor advertising.*

Tabel 2 Perencanaan Kegiatan Magang Erika Cassandra
Per 3 Februari 2025 – 3 Juli 2025

Kegiatan	Bulan				
	2	3	4	5	6
Pengenalan tempat magang					
Pembagian *jobdesc* dan PIC					
Belajar mengelola mengelola *event*					
Mempersiapkan dan membuat konsep pada *event* Malang Town Square					
Mempersiapkan dan merancang konsep *event* Ramadhan 2025					
Membuat *Event* untuk Ramadhan					
Belajar membantu membuat laporan pertanggungjawaban sebuah *event*					
Menjadi Talent untuk opening *tenant*					
Menghungi beberapa *client* untuk koordinasi *event* Parade Berkebaya					
Belajar membuat surat berita faktur dan *invoice*					
Menyusun dan mempersiapkan *event* lebaran					
Melakukan *take* video atau foto untuk keperluan konten sosial media					
Mencari tempat untuk menyebarkan Brousur untuk promosi *event*					

Sumber : Penulis (2025)

Pada bulan Februari, Penulis memulai kegiatan magang di Malang Town Square (MATOS) dengan mengikuti pengenalan tempat magang, memahami struktur organisasi, serta mengenal lingkungan kerja di pusat perbelanjaan tersebut. Setelah pengenalan, Penulis menerima pembagian *job description* serta *Person In Charge* (PIC) untuk masing-masing divisi yang akan dijalankan selama masa

magang. Selain itu, Penulis mulai belajar dasar-dasar pengelolaan *event* yang dilakukan oleh tim internal MATOS, mulai dari tahapan perencanaan hingga teknis pelaksanaan. Kegiatan ini menjadi landasan awal bagi Penulis untuk memahami dinamika kerja di dunia *event organizer* dalam konteks pusat perbelanjaan.

Pada bulan Maret, kegiatan magang berlanjut dengan pengalaman yang lebih banyak. Penulis mulai belajar membantu membuat laporan pertanggungjawaban dari *event-event* sebelumnya yang telah berlangsung di Malang Town Square. Melalui aktivitas ini, Penulis memperoleh pemahaman mengenai pentingnya dokumentasi, administrasi, dan laporan keuangan dalam penyelenggaraan sebuah acara. Selain itu, Penulis juga terlibat dalam proses belajar membuat surat berita, faktur, dan *invoice* yang biasa digunakan untuk kebutuhan komunikasi dan transaksi antar vendor dan klien. Kegiatan ini mengajarkan Penulis bagaimana menyusun dokumen formal dan mengelola administrasi *event* secara profesional.

Memasuki bulan April, Penulis turut dilibatkan dalam proses awal perencanaan *event* besar Ramadhan 2025 yang akan diadakan di MATOS. Penulis membantu tim dalam mempersiapkan dan merancang konsep awal dari *event* tersebut. Aktivitas ini mencakup diskusi ide kreatif, penyusunan *timeline*, dan pemetaan kebutuhan logistik untuk mendukung kelancaran acara. Selain fokus pada *event* Ramadhan, Penulis juga turut belajar mengenai cara menyusun konsep acara dengan mempertimbangkan target *audiens*, sponsor, dan tema promosi tahunan yang diusung oleh pusat perbelanjaan. Penulis juga dilibatkan dalam perencanaan dan pelaksanaan *event* lainnya, seperti Parade Berkebaya, dengan membantu proses

UNIVERSITAS MA CHUNG

koordinasi dengan beberapa klien dan pihak terkait. Pengalaman ini semakin memperluas wawasan Penulis dalam hal komunikasi profesional dan manajemen waktu dalam penyelenggaraan *event* berskala besar.

Pada bulan Mei, Penulis aktif dalam proses pelaksanaan *event* Melukis Kursi Kayu yang telah dirancang pada bulan sebelumnya. Dalam kegiatan ini, Penulis berperan membantu tim dalam mengatur kebutuhan teknis *event*, termasuk menghubungi vendor, mengatur *layout* acara, melakukan dokumentasi, serta mendampingi selama hari pelaksanaan untuk memastikan semua berjalan sesuai *rundown*. Selain itu.

Magang ini memberikan penulis wawasan mendalam mengenai praktik nyata dunia komunikasi pemasaran serta strategi membangun hubungan jangka panjang dengan pengunjung dan *tenant*. Fokus utama kegiatan Magang yang akan menjadi inti dalam laporan adalah sebagai berikut:

1. **Strategi komunikasi dalam pelayanan kepada pengunjung**
   Penulis akan mengkaji bagaimana tim *Marketing Communication* di Lippo *Malls* Indonesia memberikan pengalaman terbaik kepada pengunjung, termasuk melalui *event*, media sosial, serta kampanye digital dan *offlin*e. Fokus akan diberikan pada analisis efektivitas media komunikasi, kualitas pelayanan informasi, serta bagaimana pesan promosi disampaikan secara kreatif dan efisien.
2. **Strategi retensi pengunjung dan peningkatan loyalitas**
   Penulis akan mempelajari berbagai program loyalitas, promo berkelanjutan, serta pendekatan personalisasi (seperti *event* keluarga, promo *tenant*, atau

UNIVERSITAS MA CHUNG

digital *membership*) yang dirancang untuk mempertahankan dan meningkatkan *engagement* pengunjung tetap.

3. **Penanganan segmen pengunjung pasif atau jarang hadir**
   Penulis akan mengevaluasi strategi yang dilakukan untuk menjangkau kembali pengunjung yang jarang berkunjung atau kurang aktif berinteraksi, seperti melalui *retargeting campaign*, email *marketing*, atau program aktivasi khusus.
4. **Pengembangan dan pemasaran *event* untuk menarik pengunjung baru**
   Penulis akan mendalami strategi kampanye promosi dan penyelenggaraan *event* yang bertujuan menarik pengunjung baru, baik melalui kolaborasi dengan *brand* lokal/nasional, optimalisasi media sosial, hingga pelaksanaan *event* kreatif yang relevan dengan target market.

Melalui kegiatan praktik kerja lapangan ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi dalam bentuk analisis dan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi pemasaran di PT Lippo *Malls* Indonesia, khususnya di Gerai Malang, guna memperkuat posisi mal sebagai destinasi utama belanja dan hiburan masyarakat.

UNIVERSITAS MA CHUNG

2.6 Rincian Magang

Selama proses magang pada Manajemen Malang Town Square Penulis rencananya akan ditugaskan pada bagian *Marketing Comunication* yang bertugas sebagai *marketing comunication*. *Marketing comunication* sendiri memiliki *job description* untuk menjalankan pemasaran lewat media social dan mempersiapkan semua kebutuhan yang akan digunakan dalam melaksanakan kegiatan kampanye

pemasaran produk baik secara *online* maupun secara *offline* serta melakukan dekorasi *event* yang di selenggarakan oleh MATOS, pelaksanaan *event* dan penulisan proposal. Penulis selama magang akan mengikuti dan membantu beberapa aktivitas *marketing* yang dilakukan divisi *Marketing Comunication* Malang Town Square yang dilakukan secara *offline* maupun *online,* dan beberapa *event* Malang Town Square diadakan di luar *mall* seperti di hotel. Kegiatan yang Penulis lakukan selama magang di Malang Town Square ini adalah membantu di bidang *marketing* yaitu dalam mempersiapkan peralatan dan kebutuhan untuk kegiatan *marketing* baik dalam mempersiapkan dan menjalankan *event* yang ada di Malang Town Square mulai dari dekorasi *Mall*, *Grand Opening Tenant, Customer Gathering* dan *event*, dan kegiatan *marketing* lainnya, sebagai perantara antara Malang Town Square dengan pihak eksternal khususnya *vendor advertising.*

2.7 Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang dilaksanakan sejak tanggal 3 Februari 2025 sampai 3 Juli 2025. Pelaksanaan magang dilakukan selama 5 hari per Minggunya, yaitu hari Senin – Jumat dari pukul 09.00 – 18.00WIB. Sedangkan hari Sabtu dan Minggu MATOS mengadakan *event* maka Penulis akan masuk di hari itu dan akan diganti di hari biasa untuk menggantikan libur. Total masa kerja magang di Malang Town Square adalah 6 bulan masa kerja atau setara dengan 900 jam kerja.

UNIVERSITAS MA CHUNG

Tabel 3 Masa Kerja Selama 6 Bukan

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu pelaksanaan (jam)
1	3/2/2025	Melaksanakan *event*	Membantu memperisapkan *event*, dokumentasi.	09.00 – 18.00
2	4/2/2025	Membuat konten	Menjadi talent dan mengedit video untuk outlet 3 second dan photobox cheris. Untuk video promosi.	09.00 – 18.00
3	5/2/2025	Menyebar QR dan membuat planning	Menyebarkan QR kepuasan pelanggan pada pegawai outlet dan customer di mall. Dan membuat planning untuk membuat *event* baru di matos bersama anak magang lainnya.	09.00 – 18.00
4	6/2/2025	Membuat surat menggunakan excel	Membantu membuat surat menggunakan excel	09.00 – 18.00
5	7/2/2025	Melanjutkan membuat surat dan menyebarkat surat	Melanjutkan membuat surat survey menggukan excel lalu difoto copy dan disebarkan di outlet matos lantai G dan karyawan di setiap outlet disuruh untuk mengisi hasil survey tersebut lalu dikumpulkan Kembali	09.00 – 18.00
6	8/2/2025	*Event* Zumba	Melakukan dokumentasi pada *event* Zumba tersebut	14.00 – 16.30
7	10/2/2025	Pemamparan materi *system claim*	Mempelajari materi *system claim* dan mempraktekannya	09.00 – 18.00
8	11/2/2025	Membuat bahan dekorasi dan pembelian kebutuhan dekorasi untuk *event* ramadan	Membeli dekorasi bahan untuk *event* Ramadhan bersama Bu Sas, dan membuat dekorasi untuk Ramadhan	09.00 – 18.00

9	12/2/2025	Melanjutkan pembuatan bahan dekorasi untuk *event* ramadan	Melanjutkan membuat dekorasi untuk Ramadhan	09.00 – 18.00
10	13/2/2025	Menurunkan dekorasi imlek	Menurunkan dan membokar dekorasi imlek di matos	09.00 – 18.00
11	14/2/2025	Menurunkan dekorasi imlek	Menurunkan dan membokar dekorasi imlek di matos	09.00 – 18.00
12	17/2/2025	Membuat dekorasi lebaran	Membuat dekorasi dekorasi kecil untuk di pajang di matos	09.00 – 18.00
13	18/2/2025	Membuat dekorasi lebaran	Membuat dekorasi dekorasi kecil untuk di pajang di matos	09.00 – 18.00
14	19/2/2025	Membuat dekorasi lebaran	Membuat dekorasi dekorasi kecil untuk di pajang di matos	09.00 – 18.00
15	20/2/2025	Membuat dekorasi lebaran	Membuat dekorasi dekorasi kecil untuk di pajang di matos	09.00 – 18.00
16	21/2/2025	Memberesk an dekorasi *event* natal	Membersihkan dekorasi – dekorasi natal yang tidak terpakai atau yang tidak dapat di pakai Kembali	09.00 – 18.00
17	24/2/2025	Membuat ppt hasil laporan *event* matos dan melanjutkan dekorasi	Membuat laporan *event* imlek dan *event*" di matos, dan melanjutkan dekorasi untuk *event* ramadan	09.00 – 18.00
18	25/2/2025	Memasang dekorasi lebaran	Memasang lampion lebaran dan dekorasi binta dan bulan untuk dekorasi lebaran	09.00 – 18.00
19	26/2/2025	Jadi Talent	Menjadi talent Oh!Some untuk grand opening pada tanggal 27 februari 2025	09.00-18.00
20	27/2/2025	Menjadi talent	Untuk grand opening Oh!Some dan mengisi agar oh!some terlihat ramai	09.00-18.00

UNIVERSITAS MA CHUNG

21	28/2/2025	Membuat quisioner dan presentasi	Membuat quisioner kepuasan tenant menggunakan google form dan melakukan presentasi untuk *event* lomba fotografer	09.00 – 18.00
22	4/3/2025	Memasang dekorasi bunga dan mengisi surat	Membuat pohon bunga untuk pajangan Ramadhan dan membantu membuat surat matos	09.00 – 18.00
23	5/3/2025	Membantu Grand opening oulet baru "larusso" dan memasang dekorasi	Membantu memberikan tanda tangan dan kata – kata pada baner larusso dana memasang dekorasi bunga – bunga pada hiasan yang di pajang di matos	09.00 – 18.00
24	6/3/2025	Melakukan dokumentasi dan membantu persiapan grand opening pintu LG depan	Melakukan dokumentasi pada grand opening pintu matos yang bagian bagian depan lantai LG dan membantu persiapan pembukaan. Melakukan dokumentasi pada *event* k-pop dance	09.00 – 18.00
25	7/3/2025	Mengimput surat SR ke Scan	Mengimput Surat SR ke mesin scan, Dan Melakukan konsultasi ke atasan (Pak Agus) perihal pengadaan *event* Fotografi *event* ramadhan	09.00 – 18.00
26	9/3/2025	Festival Anak hebat	Melakukan dokumentasi mengenai lomba anak hebat (lomba MIX Mapel, lomba mengurutkan angka, lomba membaca cepat)	10.00 -15.30
27	10/3/2025	Mengimput SR ke excel	Mengimput data SR dari Lippo Portal ke excel	09.00 – 18.00
28	11/3/2025	Memasang lampion dan lanjut mengimput	Memasang lampion di lantai LG dan lanjut mengimput SR	09.00 – 18.00

UNIVERSITAS MA CHUNG

29	12/3/2025	Menyiapkan *event* dan dokumentasi serta mengimput data SR	Menyiapkan *event* School celebrate of Ramadhan dan melakukan pendataan SR	09.00 – 18.00
30	13/3/2025	Melakukan dokumentasi	Melakukan dokumentasi untuk *event* Fahion show Muslimah cilik dan melakukan dokumentasi terhadap wali kota malang	09.00 – 18.00
31	14/3/2025	Melakukan dokumentasi dan membantu *event* buka bersama duafa dan disabilitas	Melakukan dokumentasi terhadap *event* mall bersangkutan Ramadhan dan sore hari melakukan persiapan dan pelaksana *event* di hotel mercure acara buka bersama dengan duafa dan disabeilitas	09.00 – 21.00
32	18/3/2025	Melakukan pendataan SR, persiapan bagi takjil dan bagi takjil	Melakukan pendataan SR Lippo Plaza Malang dan melakukan persiapan buat takjil dan membagikan takjil di depan matos	09.00 – 18.00
33	19/3/2025	Mempersiapkan bagi takjil (memasak menu untuk bagi takjil)	Memperasiapkan menu takjil dengan memasak dengan rekan" karyawan matos	09.00 – 18.00
34	20/3/2025	Melakukan dokumentasi pada *event*	Melakukan dokumentasi pada *event* "Buka Puasa Ceria"	09.00 – 18.00
35	21/3/2025	Persiapan pembukaan tenant	Persiapan pembukaan larusso dan melakukan dokumentasi	09.00 – 18.00
36	22/3/2025	Melakukan dokumentasi	Melakukan dokumentasi pada *event* "Yatim Ceria" dan mempersiapkan keperluan *event*	10.00 – 15.30
37	24/3/2025	Membuat laporan *event*	Membuat laporan selama *event* Ramadhan menggunakan ppt	09.00 – 18.00

UNIVERSITAS MA CHUNG

38	25/3/2025	Melakukan promosi	Melakukan promosi untuk *event* lomba videografi, mempromosi secara digital maupun langsung	09.00 – 18.00
39	26/3/2025	Melakukan promosi	Melakukan promosi untuk *event* lomba videografi, mempromosi secara digital maupun langsung	09.00 – 18.00
40	27/3/2025	Melakukan promosi	Melakukan promosi untuk *event* lomba videografi, mempromosi secara digital maupun langsung	09.00 – 18.00
41	28/3/2025	Melakukan promosi	Melakukan promosi dan penjualan "Tebus Murah (minyak 2L & 1kg gula seharga 40 ribu)	09.00 – 18.00
42	7/4/2025	Promosi *event* perfect shootery	Promosi menyebaarkan brosur dan membuat konten untuk promosi	09.00 – 18.00
43	8/4/2025	Merekap dokumen	Merekap dokumen – dokumen penting matos	09.00 – 18.00
44	9/4/2025	Menyebarkan surat, membuat surat	Menyebarkan surat pemberitahuan ke *event* program belanja kepada tenant- tenant dimatos, dan kami membuat surat untuk surat tersebut	09.00 – 19.00
45	10/4/2025	Melakukan dokumentasi dan menggantikan sementara menjadi tenant relasion	Melakukan dokumentasi pada *event* halal bihalal untuk karyawan di matos dan berpatisipasi langsung pada *event* tersebut. Dan melakukan TR untuk menggantikan sementara karyawan yang ijin	08.00 – 18.00
46	11/4/2025	Mempersiapkan *event* APPBI di matos dan halal bihalal di hotel regent. Dan melakukan	Mempersiapkan hidangan untuk acara APPBI melakukan dekorasi dan melakukan dokumentasi. Sore harinya melanjutkan *event* halal bihalal di hotel Regent Malang dan mempersiapkan keperluan disana	09.00 – 22.00

UNIVERSITAS MA CHUNG

		dokumentasi		
47	15/4/2025	Angkat Barang dan menyebaran surat	Memindahkan barang – barang bekas *event* ke Gudang dan menyebarkan surat pelanggaran ke tenant – tenant yang bersangkutan	09.00 – 18.00
48	16/4/2025	Mengikuti rapat untuk persiapan *event* dan membuat proposal *event* matos bulan Kartini	Mengikuti rapat untuk persiapan *event* Hut Kota Malang ke 111 dan memperingati Hari Kartini parade berkebaya dan berkain bersama pengurus dari luar dan membuat proposal *event – event* bulan kartini	09.00 – 18.00
49	17/4/2025	Membuat surat, membuat *roundwon* acara, membantu membuat surat ijin	Membuat surat undangan dan *roundwon* untuk *event* Hut Kota Malang ke 111 dan memperingati Hari Kartini parade berkebaya dan berkain, dan membantu menangani surat barang masuk dan keluar dari matos untuk tenant	09.00 – 18.00
50	21/4/2025	Membuat konten dan proposal *event*	Membuat konten matos untuk hari kartini dan membuat proposal *event*" yang akan berjalan	09.00 – 18.00
51	22/4/2025	Melakukan dokumentasi dan persiapan untuk dekorasi	Melakukan dokumentasi pada *event* school celebration (modeling anak tk)	09.00 – 18.30
52	23/4/2025	Melakukan dokumentasi pada *event* dan mempersiapkan *roundwon* dan peserta parade untuk *event*	Melakukan dokumentasi,lalu mempersiapkan *event* parade kartini (modeling wanita malang) membuat *roundwon*, dan menyusun buku tamu.	09.00 – 20.30

UNIVERSITAS MA CHUNG

		tanggal 25 April		
53	24/4/2025	Melakukan pembuatan banner dan membeli persiapan – persiapan lainya, dan menghendel gladi bersih untuk *event* tersebut.	Melakukan pembuatan baner dan membeli persiapan lainnya bersama bu sas. Menghendel gladi bersih *event* sebagai bagian dari divisi acara.	09.00 – 21.30
54	25/4/2025	Membrefing dan melakukan pergantian *roundwon* serta melaksanakan *event* sebagai divisi acara	Membrefing dan merevisi *roundwon*, dan memegang tanlent – talent dan peserta parde yang berada di Lokasi. Dan membersihkan area *event*	08.45 - 20.45
55	27/4/2025	Melekakukan dokumentasi pada *event* Kartini inspiration	Melakukan dokumentasi pada *event* Kartini Inspiration yang melakukan lomba fashion show dan penampilan tari daerah.	11.00 – 18.30
56	28/4/2025	Merepot SR dan email ke vendor	Melakukan report SR dan melakukan email untuk vendor	09.00 – 18.00
57	29/4/2025	Mengerjakan proses Stock Requisiton	Pengimputan segala bentuk tagihan di divisi marcom, serta pendaftaran vendor	09.00 – 18.10
58	30/4/2025	Belajar untuk merekap vendor dan mengerjakan SR dan melakukan promosi untuk *event* Malang	Belajar untuk merekap data vendor, email dan menegrjakan SR serta melakukan promosi secara langsung berupa membagikan brosur dan mendatangi orang satu persatu di mall ini.	09.00 – 18.10

UNIVERSITAS MA CHUNG

		Raya Vaganza Vaganza Sale		
59	1/5/2025	Membantu CS Matos dan belajar prosedur untuk menjadi CS	Melakukan pelayanan kepada customer Malang Town Square	11.00 – 19.00
60	2/5/2025	Mengerjakan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk membuat SR	Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet. Membantu Marcomm untuk membuat surat – surat SR.	09.00 – 18.00
61	3/5/2025	Mengerjakan tugas CS	Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet.	09.00 – 18.00
62	4/5/2025	Mengerjakan tugas CS dan *Event* Marcomm	Melakukan dokumentasi dan memberikan hadiah kepada pemenang di *event* Festival Hardiknas. Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet.	11.00 – 22.00
63	5/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk membuat SR	Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet. Membantu Marcomm untuk membuat surat – surat SR.	09.00 – 21.30
64	6/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk membuat SR	Melakukan dokumentasi dan memberikan hadiah kepada pemenang di *event* Festival Hardiknas. Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet.	09.00 – 18.00
65	7/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Melakukan dokumentasi dan memberikan hadiah	09.00 – 18.00

UNIVERSITAS MA CHUNG

		dan membantu Marcomm untuk membuat SR	kepada pemenang di *event* Festival Hardiknas. Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet.	
66	9/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan tenant baru	Melakukan dokumentasi dan memberikan hadiah kepada pemenang di *event* Festival Hardiknas. Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet dan membantu mempromosikan outlet yang akan buka	09.00 – 18.00
67	10/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet.	10.00 – 18.00
68	11/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Melalukan Paging, melayani customer yang bertanya letak outlet, dan melakukan closing.	14.00 – 22.00
69	12/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Melakukan paging, membuat video dan mengup di ig story Malang Town Square, Melakukan closing	14.00 – 22.00
70	13/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan tenant baru	Melakukan promosi untuk grand opening tenan dus't di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 21.30
80	14/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan *event* lomba	Melakukan promosi untuk lomba melukis kursi kayu di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 21.30

UNIVERSITAS MA CHUNG

		melukis kayu		
81	16/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan *event* lomba melukis kayu	Melakukan promosi kesekolah – sekolah untuk lomba melukis kayu di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 21.30
82	17/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Melalukan Paging, melayani customer yang bertanya letak outlet, dan melakukan closing.	10.00 – 18.00
83	18/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Melalukan Paging, melayani customer yang bertanya letak outlet, dan melakukan closing.	10.00 – 18.00
84	19/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan *event* lomba melukis kayu	Melakukan promosi untuk lomba melukis kursi kayu di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00
85	20/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan *event* lomba melukis kayu	Melakukan promosi untuk lomba melukis kursi kayu di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00
86	21/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 21.30

UNIVERSITAS MA CHUNG

87	23/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan *event* lomba melukis kayu	Melakukan promosi untuk lomba melukis kursi kayu di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00
88	24/5/2025	Mempersiapkan *event* lomba Melukis Kursi Kayu dan melanjutkan pekerjaan CS	Memperisiapkan chat warna, mempersiapkan kursi yang akan di chat, melakukan regrestrasi dan dokumentasi. Dilanjutkan pekerjaan CS	09.00 – 22.00
89	25/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00
90	26/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00
91	27/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00
92	28/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan Mengerjakan Tugas Marcomm	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square. Mengedit foto untuk pemenang lomba Melukis Kursi Kayu yang di adakan di MATOS pada tanggal 25 Mei 2025 dan menghadiri *event* umkm yang berada di lantai LG MATOS.	09.00 – 19.30
93	30/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	13.30 – 21.30
94	31/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	10.00 – 18.00

UNIVERSITAS MA CHUNG

95	2/6/2025	Membuat SR	Membuat surat- surat	09.00 – 18.00
96	3/6/2025	Membuat SR	Membuat surat- surat	09.00 – 18.00
97	5/6/2025	Melakukan rekap data	Melakukan rekapan data dokumentsi *event – event* di Malang Town Square selama bulan januari - Juni	09.00 -18.00
98	10/6/2025	Membuat SR	Membuat surat- surat	09.00 – 18.00
99	11/6/2025	Membuat SR	Membuat surat- surat	09.00 – 18.00
100	12/6/2025	Menyiapkan Laporan Magang	Mengerjakan laporan magang dan melanjutkan repot Dokumentasi bulanan	09.00 – 18.00
101	13/6/2025	Menyiapkan Laporan Magang	Mengerjakan laporan magang dan melanjutkan repot Dokumentasi bulanan	09.00 – 18.00
102	14/6/2025	Melakukan dokumentasi pada *event*	Melakukan dokumentasi padda *event* meet and great film jalan pulang dan dan eent lomba mewarna dan menyanyi	14.00 – 17.00
103	15/6/2025	Melakukan Dokumentasi dan mempersiapkan Event	Melakukan dokumentasi dan perispan untuk event Zumba Party	14.30 -17.00
104	16/6/2025	Membuat Laporan Event Matos 2025	Membuat Laporan Event di power point	09.00 -18.00
105	17/6/2025	Membuat Laporan Event Matos 2025	Membuat Laporan Event di power point	09.00 -18.00
106	18/6/2025	Membuat Laporan Event Matos 2025	Membuat Laporan Event di power point	09.00 -18.00
107	19/6/2025	Membuat Surat	Membantu membuat surat – surat	09.00 – 18.00
108	20/6/2025	Memasukan foto – foto ke drive Lippo	Memasukan semua dokumentasi event – event yang ada di matos selama tahun 2025 ini	09.00 -18.00

UNIVERSITAS MA CHUNG

TOTAL WAKTU PELAKSANAAN	809.2 jam

Kegiatan yang Penulis lakukan selama magang di Malang Town Square yaitu membantu di bidang *Marketing Communication* yaitu membantu dalam mempersiapkan *event*, mendekorasi *mall*, membuat konten untuk pembukaan *tenant*, menjadi *talent*, membuat surat *stock requestion* yang diadakan di MATOS dan membuat *event* dari tim magang *Marketing Communication* sendiri. Dan biasanya membantu *event* diluar *mall*, seperti *event* di hotel untuk orang – orang penting yang di undang oleh Ibu *Director* Malang Town Square.

UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB III
EVALUASI MAGANG

3.1 Permasalahan

Mall Malang Town Square sendiri selain promosi melalui media sosial, pihak manajemen Malang Town Square juga rutin mengadakan berbagai *event* untuk menarik minat pengunjung dan meningkatkan *traffic mall* secara keseluruhan. Namun, pelaksanaan *event-event* tersebut masih menghadapi beberapa kendala yang perlu segera diatasi. Salah satu permasalahan utama adalah teknis pelaksanaan kurang sesuai dengan perencanaan *event*, terutama pergantian susunan jadwal pada jadwal yang sudah ditentukan dan kurangnya evaluasi setelah *event* sehingga terkesan kurang profesional. Selain itu, minimnya evaluasi setelah *event*, setelah *event* selesai, jarang ada evaluasi terbuka soal apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki. Akibatnya, kesalahan yang sama bisa terulang di *event* berikutnya.

3.2 Pembahasan

UNIVERSITAS
MA CHUNG

1. Masalah

Pelaksanaan *event-event* tersebut masih menghadapi beberapa kendala yang perlu segera diatasi. Salah satu permasalahan utama adalah kurangnya masalah teknis saat pelaksanaan, sehingga keterlambatan dan perubahan *rundown* acara sering membuat *event* tampak kurang profesional. Selain itu, minimnya evaluasi setelah *event*, setelah *event* selesai, jarang ada evaluasi terbuka soal apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki. Akibatnya, kesalahan yang sama bisa terulang di *event* berikutnya.

a. Kurangnya Masalah Teknis Saat Pelaksanaan

Hal yang sering terjadi dalam *event* adalah gangguan teknis di tengah – tengah pelaksanaan acara, seperti *sound system* tiba – tiba mati atau kualitas yang jelek, tim pelaksana sering mengalami kesulitan koordinasi antar divisi, sehingga *roundwon* acara menjadi tidak sesuai jadwal. Akibatnya, acara yang seharusnya berjalan lancar menjadi terhambat, terlihat tidak profesional dan pengunjung merasa kecewa atau kurang tertarik untuk mengikuti acara sampai selesai. Dan sebagian vendor yang bekerja sama juga merasa kecewa dengan hal tersebut, menjadikan kerja sama antar perusahaan dan vendor terpecah(Jean L. Galay & Riah Encarnacion, 2024).

b. Minimnya Evaluasi Setelah *Event*

Tim penyelenggara sering kali tidak melakukan evaluasi secara menyeluruh. Seperti tidak ada susunan laporan pelaksanaan acara yang tercatat apa yang berjalan baik dan apa yang tidak sehingga maslah yang sama bisa terjadi lagi di *event* berikutnya. Padahal evaluasi pasca – *event* sangat penting untuk peningkatan kualitas acara di masa depan.

2. Teori

Dua masalah yang terjadi akibat gangguan teknis saat pelaksanaan dan tidak adanya evaluasi setelah acara, sebenarnya bisa dicegah jika manajemen *event* menerapkan prinsip-prinsip dasar dari manajemen proyek dan evaluasi program. Dibutuhkan SOP yang jelas, tim teknis yang kompeten, serta budaya kerja yang terbuka terhadap evaluasi dan perbaikan berkelanjutan (*Event*s Management, n.d.).

UNIVERSITAS MA CHUNG

Setiap kegiatan harus ditutup dengan proses *assessment* untuk mengukur efektivitas dan efisiensi. Evaluasi juga membantu dalam menentukan ROI (*Return on Investment*) dari sebuah *event*. Sedangkan prinsip *Kaizen* dalam manajemen mutu menyarankan agar setiap proses kerja harus selalu dianalisis dan ditingkatkan secara berkelanjutan. Tanpa evaluasi, tidak akan ada perbaikan.

3.3 Solusi

1. Solusi Pertama Keterlambatan dan Perubahan Jadwal

Solusi utama penulis untuk mengatasi masalah teknis saat pelaksanaan *event* di Malang Town Square adalah melakukan perencanaan dan simulasi teknis yang matang. Langkah pertama yang dapat dilakukan adalah menyusun *checklist* kebutuhan teknis secara detail, mulai dari *sound system*, pencahayaan, proyektor, hingga alat cadangan seperti *mic* dan kabel. Setelah itu, penting untuk melakukan gladi bersih minimal satu hari sebelum acara, agar semua peralatan dapat diuji dan kendala teknis dapat diantisipasi sejak awal. Penunjukan seorang penanggung jawab (PIC) teknis juga sangat penting agar seluruh alat dan jalannya acara terkoordinasi dengan baik. Selain itu, panitia juga perlu menyiapkan rencana cadangan, seperti *mic* dan *lighting* darurat atau skenario acara alternatif jika terjadi gangguan. Sebagai contoh, pada *event* "Fashion Week MATOS 2025", sebelumnya panitia mengalami kendala teknis berupa *mic* mati saat *talkshow.* Pada *event* selanjutnya, mereka menyewa dua set *mic* (utama dan cadangan), melakukan *technical check* sehari sebelum acara, dan menyediakan teknisi *on-site* dari vendor. Hasilnya, acara berikutnya berjalan lancar tanpa gangguan suara, yang meningkatkan kenyamanan pengunjung dan kepuasan *talent*.

UNIVERSITAS MA CHUNG

2. Solusi Ke Dua Minimnya Evaluasi Setelah *Event*

Sementara itu, untuk mengatasi minimnya evaluasi setelah acara, solusi yang dapat diterapkan adalah dengan membuat sistem evaluasi yang terstruktur dan terdokumentasi. Setelah *event* selesai, panitia perlu menyebarkan form evaluasi kepada tim internal maupun pengunjung untuk mengetahui apa saja yang berjalan baik dan aspek mana yang masih perlu diperbaiki. Selanjutnya, dalam 1–3 hari setelah *event*, sebaiknya dilakukan rapat evaluasi yang melibatkan semua pihak terkait, seperti panitia, teknisi, dokumentasi, hingga perwakilan *tenant* atau sponsor. Hasil evaluasi tersebut harus dicatat dalam bentuk laporan yang tersimpan rapi, misalnya di Google *Docs* atau PDF, sehingga bisa dijadikan acuan untuk *event* berikutnya. Sistem evaluasi ini bisa menggunakan pendekatan "*After Action Review*", yaitu mencatat setiap kejadian penting, penyebabnya, serta tindak lanjut yang dilakukan. Contohnya, setelah *event* "Parade Berkebaya", panitia menyadari bahwa peserta mengeluh karena *rondown* berubah dan tidak teratur. Pada *event* selanjutnya, mereka memperbaikinya dengan menerapkan rapat bersama peserta – peserta acara seminggu sebelumnya, menambah sop yang sangat ketat, serta memperbaiki jalur masuk. Hasilnya, *roundwon* tertata rapi dan sesuai, dan tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap MATOS. Dengan menerapkan solusi ini secara konsisten, kualitas *event* di Malang Town Square akan meningkat, memberikan pengalaman yang lebih profesional bagi pengunjung dan mendukung citra positif mal sebagai tempat penyelenggaraan acara yang terpercaya.

UNIVERSITAS MA CHUNG

3.4 Pengalaman Magang

Selama menjalani masa magang di Malang Town Square, penulis mendapatkan banyak pengalaman berharga, baik dari sisi *hard skill* maupun *soft skill*.

1. Pengalaman Segi *Hard Skill*

penulis belajar bagaimana mengelola administrasi *event*, membuat laporan kegiatan, serta menggunakan *software* seperti *Mic*rosoft Excel dan Google *Sheets* untuk rekap data pengunjung dan keperluan operasional lainnya. Penulis juga sempat terlibat dalam proses dokumentasi acara, pengelolaan media sosial, serta membantu dalam penyusunan *rundown* dan desain materi promosi, yang semuanya memperkaya keterampilan teknis penulis di dunia kerja. S

2. Pengalaman *Soft Skill*

penulis dilatih untuk berkomunikasi secara profesional dengan berbagai pihak, mulai dari tim internal, *tenant*, hingga vendor luar. Penulis juga belajar cara bekerja dalam tim, menyelesaikan tugas di bawah tekanan, serta mengatur waktu agar semua pekerjaan bisa selesai tepat waktu. Selain itu, penulis menjadi lebih percaya diri dan terbiasa menghadapi situasi tak terduga, terutama saat terlibat langsung dalam pelaksanaan *event*.

Pengalaman ini benar-benar membuka wawasan penulis tentang dunia kerja sesungguhnya, dan membantu penulis tumbuh menjadi pribadi yang lebih siap, disiplin, dan bertanggung jawab.

UNIVERSITAS MA CHUNG

BAB IV
PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Malang Town Square (MATOS) merupakan pusat perbelanjaan yang strategis dan lengkap, melayani berbagai kebutuhan masyarakat mulai dari belanja, hiburan, hingga kegiatan sosial dan budaya. Didukung oleh Lippo *Malls* dan komitmen terhadap inovasi serta *event* komunitas, MATOS terus berkembang dan berkontribusi terhadap dinamika ekonomi serta gaya hidup masyarakat Malang.

2. Berdasarkan laporan magang penulis, terdapat dua permasalahan utama dalam pelaksanaan *event* di MATOS, yaitu gangguan teknis saat acara berlangsung dan kurangnya evaluasi setelah *event*. Permasalahan teknis seperti kendala pada *sound system* dan lemahnya koordinasi tim sering menyebabkan keterlambatan *rundown* dan menurunkan kualitas acara di mata pengunjung dan vendor. Selain itu, ketiadaan evaluasi menyeluruh membuat kesalahan serupa berpotensi terulang di *event* berikutnya.

Seharusnya masalah ini dapat diatasi dengan penerapan prinsip manajemen proyek yang tepat, pembuatan SOP yang jelas, pelaksanaan simulasi teknis, serta budaya kerja yang terbuka terhadap kritik dan perbaikan. Jika kedua aspek ini dibenahi, pelaksanaan *event* di MATOS dapat berjalan lebih profesional, lancar, dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung maupun mitra kerja.

UNIVERSITAS MA CHUNG

4.2 Saran

1. Perusahaan

Penulis berharap agar *event-event* di Malang Town Square bisa berjalan lebih lancar dan profesional, pihak manajemen sebaiknya memperkuat perencanaan teknis sebelum acara dimulai. Salah satunya dengan mengadakan *technical meeting* dan gladi bersih minimal sehari sebelum pelaksanaan *event* dengan ketat dan memantapkan *roundwon*, agar *roundwon* tidak tiba – tiba berubah. Perlu juga ditunjuk PIC teknis yang bertanggung jawab penuh terhadap koordinasi peralatan dan *rundown* acara. Selain itu, perusahaan perlu membiasakan budaya evaluasi setelah setiap *event*. Evaluasi ini bisa dilakukan melalui rapat internal tim serta penyebaran *form feedback* dari pengunjung dan pihak vendor. Hasil evaluasi ini penting sebagai dasar perbaikan *event* selanjutnya. Di sisi lain, manajemen juga disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan *insight* media sosial untuk menyusun *event* yang sesuai tren dan minat pengunjung masa kini, agar *engagement* terus meningkat.

2. Mahasiswa

Magang di Malang Town Square memberikan banyak pengalaman berharga bagi mahasiswa, baik dari sisi keterampilan teknis (*hard skill*) maupun *interpersonal* (*soft skill*). Mahasiswa berkesempatan langsung terlibat dalam kegiatan operasional *event*, mulai dari penyusunan konsep, koordinasi vendor, membuat laporan pertanggung jawaban, hingga publikasi melalui media sosial. Pengalaman ini memperkaya kemampuan mahasiswa dalam menggunakan *software* seperti *Microsoft Excel, Power point* dan *Google Sheets*, serta melatih

UNIVERSITAS MA CHUNG

kemampuan desain dan konten digital. Dari sisi *soft skill*, mahasiswa belajar cara berkomunikasi secara profesional, mengatur waktu dengan baik, menyelesaikan masalah di lapangan, hingga bekerja dalam tim di bawah tekanan. Semua ini membentuk mahasiswa menjadi pribadi yang lebih siap menghadapi dunia kerja.

3. Universitas

Kerja sama antara Universitas Ma Chung dan Malang Town Square memberikan dampak yang sangat positif bagi institusi pendidikan. Program magang ini memperkuat hubungan antara dunia akademik dan industri, membuka peluang kerja sama lanjutan seperti riset atau studi kasus, serta meningkatkan visibilitas universitas di lingkungan bisnis. Dengan menempatkan mahasiswa di lingkungan kerja yang nyata, universitas tidak hanya membekali mereka dengan teori, tetapi juga membentuk lulusan yang kompeten, adaptif, dan memiliki pengalaman praktis yang relevan. Hal ini tentu menjadi nilai tambah bagi reputasi universitas dan daya saing lulusannya di pasar kerja.

UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR PUSTAKA

Bello, R. (n.d.). *"Eventful": Revolutionizing event management and planning*. Semantic Scholar. https://www.semanticscholar.org/paper/%22Eventful%22%3A-Revolutionizing-Event-Management-and-Bello/1efb4bbb739cf86c03f68656a618bd5d95bd0734?utm_source=consensus

Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., & Wilde, N. (2012). *Event project management: Feasibility, planning, delivery and evaluation* (Ch. 2). Routledge. https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315695204-2

Galay, J. L., & Encarnacion, R. (n.d.). *Evaluating the event industry for a web-based event management system*. Semantic Scholar. https://www.semanticscholar.org/paper/Evaluating-the-Event-Industry-for-a-Web-Based-Event-Galay-Encarnacion/349a4841259337ed85e4a208e58cc516cd1b380c?utm_source=consensus

Ikhsan, M. (2019). *Strategi pemasaran event dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada Dinas Pariwisata Makassar* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar]. Repositori UIN Alauddin. https://repositori.uin-alauddin.ac.id/12703/

Pielichaty, H., Els, G., Reed, I., & Mawer, V. (2017). *Events project management*. Routledge. https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315735900

SAGE Publications. (n.d.). *American Journal of Evaluation*. https://journals.sagepub.com/home/AJE

Susanto, A., & Budiyanto, A. (2019). The influence of marketing communication on consumer purchase decisions through brand awareness. In *Proceedings of*

UNIVERSITAS MA CHUNG

the International Conference on Management, Economics and Business (ICMEB 2019). Atlantis Press. https://www.atlantis-press.com/proceedings/icmeb-19/125934088

Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (2004). Festival and event management: An international arts and culture perspective. *International Journal of Hospitality Management, 23*(4), 419–422. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0263786309001197

Samaranayake, T. D., Pemarathane, W. P. J., & Hettige, B. (2017). Solution for event-planning using multi-agent technology. In *2017 Seventeenth International Conference on Advances in ICT for Emerging Regions (ICTer)* (pp. 1–6). IEEE. https://doi.org/10.1109/ICTER.2017.8257805

UNIVERSITAS
MA CHUNG

LAMPIRAN

1. Daftar Hadir Di Malang Town Square

UNIVERSITAS MA CHUNG
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur Indonesia
Telp +62-341-550-171 Fax: +62-341-550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

FORMULIR MANUAL - LAPORAN KEGIATAN HARIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN/MAGANG

Nama : Erika Cassandra

NIM : 112210026

Perusahaan : Lippo Mall

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu pelaksanaan (Jam)	TTD Supervisor
1	3/2/2025	Melaksanakan event	Membantu memperisapkan event, dokumentasi.	09.00 – 18.00	
2	4/2/2025	Membuat konten	Menjadi talent dan mengedit video untuk outlet 3 second dan photobox cheris. Untuk video promosi.	09.00 – 18.00	
3	5/2/2025	Menyebar QR dan membuat planning	Menyebarkan QR kepuasan pelanggan pada pegawai outlet dan customer di mall. Dan membuat planning untuk membuat event baru di matos bersama anak magang lainnya.	09.00 – 18.00	
4	6/2/2025	Membuat surat menggunakan excel	Membantu membuat surat menggunakan excel	09.00 – 18.00	
5	7/2/2025	Melanjutkan membuat surat dan menyebarkat surat	Melanjutkan membuat surat survey menggukan excel lalu difoto copy dan disebarkan di outlet matos lantai G dan karyawan di setiap outlet disuruh untuk mengisi hasil survey tersebut lalu dikumpulkan Kembali	09.00 – 18.00	
6	8/2/2025	Event Zumba	Melakukan dokumentasi pada event Zumba tersebut	14.00 – 16.30	
7	10/2/2025	Pemamparan materi *system claim*	Mempelajari materi *system claim* dan mempraktekannya	09.00 – 18.00	
8	11/2/2025	Membuat bahan dekorasi dan pembelian kebutuhan dekorasi untuk event ramadan	Membeli dekorasi bahan untuk event Ramadhan bersama Bu Sas, dan membuat dekorasi untuk Ramadhan	09.00 – 18.00	
9	12/2/2025	Melanjutkan pembuatan bahan dekorasi	Melanjutkan membuat dekorasi untuk Ramadhan	09.00 – 18.00	

UNIVERSITAS
MA CHUNG
Fakultas
Ekonomi & Bisnis
Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp +62-341 550-171 Fax +62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

		untuk event ramadan			
10	13/2/2025	Menurunkan dekorasi imlek	Menurunkan dan membokar dekorasi imlek di matos	09.00 - 18.00	
11	14/2/2025	Menurunkan dekorasi imlek	Menurunkan dan membokar dekorasi imlek di matos	09.00 - 18.00	
12	17/2/2025	Membuat dekorasi lebaran	Membuat dekorasi dekorasi kecil untuk di pajang di matos	09.00 - 18.00	
13	18/2/2025	Membuat dekorasi lebaran	Membuat dekorasi dekorasi kecil untuk di pajang di matos	09.00 - 18.00	
14	19/2/2025	Membuat dekorasi lebaran	Membuat dekorasi dekorasi kecil untuk di pajang di matos	09.00 - 18.00	
15	20/2/2025	Membuat dekorasi lebaran	Membuat dekorasi dekorasi kecil untuk di pajang di matos	09.00 - 18.00	
16	21/2/2025	Membereskan dekorasi event natal	Membersihkan dekorasi - dekorasi natal yang tidak terpakai atau yang tidak dapat di pakai Kembali	09.00 - 18.00	
17	24/2/2025	Membuat ppt hasil laporan event matos dan melanjutkan dekorasi	Membuat laporan event imlek dan event" di matos, dan melanjutkan dekorasi untuk event ramadan	09.00 - 18.00	
18	25/2/2025	Memasang dekorasi lebaran	Memasang lampion lebaran dan dekorasi binta dan bulan untuk dekorasi lebaran	09.00 - 18.00	
19	26/2/2025	Jadi Talent	Menjadi talent Oh!Some untuk grand opening pada tanggal 27 februari 2025	09.00-18.00	
20	27/2/2025	Menjadi talent	Untuk grand opening Oh!Some dan mengisi agar oh!some terlihat ramai	09.00-18.00	
21	28/2/2025	Membuat quisioner dan presentasi	Membuat quisioner kepuasan tenant menggunakan google form dan melakukan presentasi untuk event lomba fotografer	09.00 - 18.00	
22	4/3/2025	Memasang dekorasi bunga dan mengisi surat	Membuat pohon bunga untuk pajangan Ramadhan dan membantu membuat surat matos	09.00 - 18.00	
23	5/3/2025	Membantu Grand opening oulet baru "larusso" dan memasang dekorasi	Membantu memberikan tanda tangan dan kata - kata pada baner larusso dana memasang dekorasi bunga - bunga pada hiasan yang di pajang di matos	09.00 - 18.00	

UNIVERSITAS
MA CHUNG
Fakultas
Ekonomi & Bisnis
Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp +62-341 550-171 Fax: +62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

24	6/3/2025	Melakukan dokumentasi dan membantu persiapan grand opening pintu LG depan	Melakukan dokumentasi pada grand opening pintu matos yang bagian bagian depan lantai LG dan membantu persiapan pembukaan. Melakukan dokumentasi pada event k-pop dance	09.00 – 18.00	
25	7/3/2025	Mengimput surat SR ke Scan	Mengimput Surat SR ke mesin scan, Dan Melakukan konsultasi ke atasan (Pak Agus) perihal pengadaan event Fotografi event ramadhan	09.00 – 18.00	
26	9/3/2025	Festival Anak hebat	Melakukan dokumentasi mengenai lomba anak hebat (lomba MIX Mapel, lomba mengurutkan angka, lomba membaca cepat)	10.00 -15.30	
27	10/3/2025	Mengimput SR ke excel	Mengimput data SR dari Lippo Portal ke excel	09.00 – 18.00	
28	11/3/2025	Memasang lampion dan lanjut mengimput	Memasang lampion di lantai LG dan lanjut mengimput SR	09.00 – 18.00	
29	12/3/2025	Menyiapkan event dan dokumentasi serta mengimput data SR	Menyiapkan event School celebrate of Ramadhan dan melakukan pendataan SR	09.00 – 18.00	
30	13/3/2025	Melakukan dokumentasi	Melakukan dokumentasi untuk event Fahion show Muslimah cilik dan melakukan dokumentasi terhadap wali kota malang	09.00 – 18.00	
31	14/3/2025	Melakukan dokumentasi dan membantu event buka bersama duafa dan disabilitas	Melakukan dokumentasi terhadap event mall bersangkutan Ramadhan dan sore hari melakukan persiapan dan pelaksana event di hotel mercure acara buka bersama dengan duafa dan disabeilitas	09.00 – 21.00	
32	18/3/2025	Melakukan pendataan SR, persiapan bagi takjil dan bagi takjil	Melakukan pendataan SR Lippo Plaza Malang dan melakukan persiapan buat takjil dan membagikan takjil di depan matos	09.00 – 18.00	
33	19/3/2025	Mempersiapkan bagi takjil (memasak menu untuk bagi takjil)	Memperasiapkan menu takjil dengan memasak dengan rekan" karyawan matos	09.00 – 18.00	

UNIVERSITAS
MA CHUNG

Fakultas
Ekonomi & Bisnis

Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp +62-341 550-171 Fax: +62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

34	20/3/2025	Melakukan dokumentasi pada event	Melakukan dokumentasi pada event "Buka Puasa Ceria"	09.00 – 18.00	
35	21/3/2025	Persiapan pembukaan tenant	Persiapan pembukaan larusso dan melakukan dokumentasi	09.00 – 18.00	
36	22/3/2025	Melakukan dokumentasi	Melakukan dokumentasi pada event "Yatim Ceria" dan mempersiapkan keperluan event	10.00 – 15.30	
37	24/3/2025	Membuat laporan event	Membuat laporan selama event Ramadhan menggunakan ppt	09.00 – 18.00	
38	25/3/2025	Melakukan promosi	Melakukan promosi untuk event lomba videografi, mempromosi secara digital maupun langsung	09.00 – 18.00	
39	26/3/2025	Melakukan promosi	Melakukan promosi untuk event lomba videografi, mempromosi secara digital maupun langsung	09.00 – 18.00	
40	27/3/2025	Melakukan promosi	Melakukan promosi untuk event lomba videografi, mempromosi secara digital maupun langsung	09.00 – 18.00	
41	28/3/2025	Melakukan promosi	Melakukan promosi dan penjualan "Tebus Murah (minyak 2L & 1kg gula seharga 40 ribu)	09.00 – 18.00	
42	7/4/2025	Promosi event perfect shootery	Promosi menyebaarkan brosur dan membuat konten untuk promosi	09.00 – 18.00	
43	8/4/2025	Merekap dokumen	Merekap dokumen – dokumen penting matos	09.00 – 18.00	
44	9/4/2025	Menyebarkan surat, membuat surat	Menyebarkan surat pemberitahuan ke event program belanja kepada tenant-tenant dimatos, dan kami membuat surat untuk surat tersebut	09.00 – 19.00	
45	10/4/2025	Melakukan dokumentasi dan menggantikan sementara menjadi tenant relasion	Melakukan dokumentasi pada event halal bihalal untuk karyawan di matos dan berpatisipasi langsung pada event tersebut. Dan melakukan TR untuk menggantikan sementara karyawan yang ijin	08.00 – 18.00	
46	11/4/2025	Mempersiapkan event APPBI di matos dan halal bihalal di hotel regent. Dan melakukan dokumentasi	Mempersiapkan hidangan untuk acara APPBI melakukan dekorasi dan melakukan dokumentasi. Sore harinya melanjutkan event halal bihalal di hotel Regent Malang dan mempersiapkan keperluan disana	09.00 – 22.00	
47	15/4/2025	Angkat Barang dan	Memindahkan barang – barang bekas event ke Gudang dan menyebarkan	09.00 – 18.00	

UNIVERSITAS MA CHUNG
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp +62-341-550-171 Fax +62-341-550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

		menyebaran surat	surat pelanggaran ke tenant – tenant yang bersangkutan		
48	16/4/2025	Mengikuti rapat untuk persiapan event dan membuat proposal event matos bulan Kartini	Mengikuti rapat untuk persiapan event Hut Kota Malang ke 111 dan memperingati Hari Kartini parade berkebaya dan berkain bersama pengurus dari luar dan membuat proposal event – event bulan kartini	09.00 – 18.00	
49	17/4/2025	Membuat surat, membuat roundown acara, membantu membuat surat ijin	Membuat surat undangan dan roundown untuk event Hut Kota Malang ke 111 dan memperingati Hari Kartini parade berkebaya dan berkain, dan membantu menangani surat barang masuk dan keluar dari matos untuk tenant	09.00 – 18.00	
50	21/4/2025	Membuat konten dan proposal event	Membuat konten matos untuk hari kartini dan membuat proposal event" yang akan berjalan	09.00 – 18.00	
51	22/4/2025	Melakukan dokumentasi dan persiapan untuk dekorasi	Melakukan dokumentasi pada event school celebration (modeling anak tk)	09.00 – 18.30	
52	23/4/2025	Melakukan dokumentasi pada event dan mempersiapkan roundown dan peserta parade untuk event tanggal 25 April	Melakukan dokumentasi,talu mempersiapkan event parade kartini (modeling wanita malang) membuat roundown, dan menyusun buku tamu.	09.00 – 20.30	
53	24/4/2025	Melakukan pembuatan banner dan membeli persiapan – persiapan lainya, dan menghendel gladi bersih untuk event tersebut.	Melakukan pembuatan baner dan membeli persiapan lainnya bersama bu sas. Menghendel gladi bersih event sebagai bagian dari divisi acara.	09.00 – 21.30	
54	25/4/2025	Membrefing dan melakukan pergantian roundown serta melaksanakan	Membrefing dan merevisi roundown, dan memegang tanlent – talent dan peserta parde yang berada di Lokasi. Dan membersihkan area event	08.45 - 20.45	

UNIVERSITAS MA CHUNG
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp +62-341 550-171 Fax +62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

		event sebagai divisi acara			
55	27/4/2025	Melekakukan dokumentasi pada event Kartini inspiration	Melakukan dokumentasi pada event Kartini Inspiration yang melakukan lomba fashion show dan penampilan tari daerah.	11.00 – 18.30	
56	28/4/2025	Merepot SR dan email ke vendor	Melakukan report SR dan melakukan email untuk vendor	09.00 – 18.00	
57	29/4/2025	Mengerjakan proses Stock Requisiton	Pengimputan segala bentuk tagihan di divisi marcom, serta pendaftaran vendor	09.00 – 18.10	
58	30/4/2025	Belajar untuk merekap vendor dan mengerjakan SR dan melakukan promosi untuk event Malang Raya Vaganza Vaganza Sale	Belajar untuk merekap data vendor, email dan menegrjakan SR serta melakukan promosi secara langsung berupa membagikan brosur dan mendatangi orang satu persatu di mall ini.	09.00 – 18.10	
59	1/5/2025	Membantu CS Matos dan belajar prosedur untuk menjadi CS	Melakukan pelayanan kepada customer Malang Town Square	11.00 – 19.00	
60	2/5/2025	Mengerjakan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk membuat SR	Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet. Membantu Marcomm untuk membuat surat – surat SR.	09.00 – 18.00	
61	3/5/2025	Mengerjakan tugas CS	Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet.	09.00 – 18.00	
62	4/5/2025	Mengerjakan tugas CS dan Event Marcomm	Melakukan dokumentasi dan memberikan hadiah kepada pemenang di event Festival Hardiknas. Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet.	11.00 – 22.00	
63	5/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk membuat SR	Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet. Membantu Marcomm untuk membuat surat – surat SR.	09.00 – 21.30	
64	6/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu	Melakukan dokumentasi dan memberikan hadiah kepada pemenang di event Festival	09.00 – 18.00	

UNIVERSITAS
MA CHUNG
Fakultas
Ekonomi & Bisnis
Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur Indonesia
Telp +62-341 550-171 Fax +62-341 550175
E-mail feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

		Marcomm untuk membuat SR	Hardiknas. Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet.		
65	7/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk membuat SR	Melakukan dokumentasi dan memberikan hadiah kepada pemenang di event Festival Hardiknas. Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet.	09.00 – 18.00	
66	9/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan tenant baru	Melakukan dokumentasi dan memberikan hadiah kepada pemenang di event Festival Hardiknas. Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet dan membantu mempromosikan outlet yang akan buka	09.00 – 18.00	
67	10/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Melalukan Paging dan melayani customer yang bertanya letak outlet.	10.00 – 18.00	
68	11/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Melalukan Paging, melayani customer yang bertanya letak outlet, dan melakukan closing.	14.00 – 22.00	
69	12/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Melakukan paging, membuat video dan mengup di ig story Malang Town Square, Melakukan closing	14.00 – 22.00	
70	13/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan tenant baru	Melakukan promosi untuk grand opening tenan dus't di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 21.30	
80	14/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan event lomba melukis kayu	Melakukan promosi untuk lomba melukis kursi kayu di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 21.30	
81	16/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan event lomba melukis kayu	Melakukan promosi kesekolah – sekolah untuk lomba melukis kayu di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 21.30	

UNIVERSITAS
MA CHUNG
Fakultas
Ekonomi & Bisnis
Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp +62-341 550-171 Fax :+62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

82	17/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Melalukan Paging, melayani customer yang bertanya letak outlet, dan melakukan closing.	10.00 – 18.00	
83	18/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Melalukan Paging, melayani customer yang bertanya letak outlet, dan melakukan closing.	10.00 – 18.00	
84	19/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan event lomba melukis kayu	Melakukan promosi untuk lomba melukis kursi kayu di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00	
85	20/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan event lomba melukis kayu	Melakukan promosi untuk lomba melukis kursi kayu di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00	
86	21/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 21.30	
87	23/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan membantu Marcomm untuk mempromosikan event lomba melukis kayu	Melakukan promosi untuk lomba melukis kursi kayu di lanjutkan Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00	
88	24/5/2025	Mempersiapkan event lomba Melukis Kursi Kayu dan melanjutkan pekerjaan CS	Memperisiapkan chat warna, mempersiapkan kursi yang akan di chat, melakukan regrestrasi dan dokumentasi. Dilanjutkan pekerjaan CS	09.00 – 22.00	
89	25/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00	
90	26/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00	
91	27/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	09.00 – 18.00	
92	28/5/2025	Melakukan jobdesk CS dan	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town	09.00 – 19.30	

UNIVERSITAS
MA CHUNG
Fakultas
Ekonomi & Bisnis
Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp. +62-341 550 171 Fax. +62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

		Mengerjakan Tugas Marcomm	square. Mengedit foto untuk pemenang lomba Melukis Kursi Kayu yang di adakan di MATOS pada tanggal 25 Mei 2025 dan menghadiri event umkm yang berada di lantai LG MATOS.		
93	30/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	13.30 – 21.30	
94	31/5/2025	Melakukan jobdesk CS	Mengerjakan pekerjaan CS dalam melayani konsumen malang town square	10.00 – 18.00	
95	2/6/2025	Membuat SR	Membuat surat- surat	09.00 – 18.00	
96	3/6/2025	Membuat SR	Membuat surat- surat	09.00 – 18.00	
97	5/6/2025	Melakukan rekap data	Melakukan rekapan data dokumentsi event – event di Malang Town Square selama bulan januari - Juni	09.00 -18.00	
98	10/6/2025	Membuat SR	Membuat surat- surat	09.00 – 18.00	
99	11/6/2025	Membuat SR	Membuat surat- surat	09.00 – 18.00	
100	12/6/2025	Menyiapkan Laporan Magang	Mengerjakan laporan magang dan melanjutkan repot Dokumentasi bulanan	09.00 – 18.00	
101	13/6/2025	Menyiapkan Laporan Magang	Mengerjakan laporan magang dan melanjutkan repot Dokumentasi bulanan	09.00 – 18.00	
102	14/6/2025	Melakukan dokumentasi pada event	Melakukan dokumentasi padda event meet and great film jalan pulang dan dan eent lomba mewarna dan menyanyi	14.00 – 17.00	
103	15/6/2025	Melakukan Dokumentasi dan mempersiapkan Event	Melakukan dokumentasi dan perispan untuk event Zumba Party	14.30 -17.00	
104	16/6/2025	Membuat Laporan Event Matos 2025	Membuat Laporan Event di power point	09.00 -18.00	
105	17/6/2025	Membuat Laporan Event Matos 2025	Membuat Laporan Event di power point	09.00 -18.00	
106	18/6/2025	Membuat Laporan Event Matos 2025	Membuat Laporan Event di power point	09.00 -18.00	

UNIVERSITAS MA CHUNG

Fakultas Ekonomi & Bisnis

Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp:+62-341 550-171 Fax :+62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

107	19/6/2025	Membuat Surat	Membantu membuat surat – surat	09.00 – 18.00	
108	20/6/2025	Memasukan foto – foto ke drive Lippo	Memasukan semua dokumentasi event – event yang ada di matos selama tahun 2025 ini	09.00 -18.00	
TOTAL WAKTU PELAKSANAAN				809.2 jam	

2. Dokumentasi Saat Take Content / Talent

5. Visitasi Dosen

4. Dokumentasi Saat Kerja

CAPITOL
FEED BACK

Styles
MALANG
SEMARAK
PEKAN ROJABIYAH

STYLES
JUNIOR

MEDIHEAL
YOU'RE ON CAMERA!
MEDIHEAL
Glow Brighter with Better

4. Dokumentasi Event

Styles
MALANG
MATOS
Zumba

SPENCER
HUT KOTA MALANG
& KARTINI DAY

Styles
MALANG

sociolla

MALANG

Styles
MALANG
WORKSHOP & LOMBA
MIXONE
INDANA

LARUSSO

RSITAS