



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Praktik kerja magang dilaksanakan di PT Multipolar Technology Tbk. Dalam menjalankan kerja magang ini, penulis ditempatkan pada divisi *Marketing Communication*. Selama periode ini, penulis berada dibawah bimbingan Indah Puspita Sary selaku Marcomm Support pada divisi *Marketing Communication* di PT Multipolar Technology Tbk. Selama berlangsungnya praktik kerja magang ini penulis lebih banyak diajak berkontribusi pada kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, baik secara internal maupun eksternal. Selain itu, penulis juga dituntun untuk lebih proaktif, inisiatif dan inovatif dalam menuangkan ide-ide.

Tugas yang diberikan penulis adalah melakukan *media monitoring* serta mengatur beberapa konten dari media sosial perusahaan ini. Selain melakukan tugas tersebut, penulis juga diberikan kesempatan untuk mempelajari *event management* dalam berbagi *event* internal maupun eksternal. Selama 5 bulan penulis melakukan proses kerja magang terdapat 1 *event* internal, yaitu “Mid-Year Gathering 2019” pada 2 Agustus 2019 yang merupakan acara nonton bersama. Tidak hanya acara internal tetapi masih banyak acara eksternal yang melibatkan penulis yang akan penulis jabarkan pada tugas yang dilakukan.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama 5 bulan melakukan praktik kerja magang di divisi *Marketing Communication*. Tugas-tugas yang dilakukan penulis dijelaskan ke dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.1. Aktivitas Kerja Magang

No	Lingkup Kerja	Event	Jenis Event	Uraian Pekerjaan	2019																						
					Juli			Agustus					September					Oktober					November				
					3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	VmWare Workspace One	Pre-Event	- Melakukan <i>listing</i> media																								
			- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																								
			- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																								
		Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																								
			- Evaluasi acara																								
			- <i>Media monitoring</i>																								
		Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																								
			Pre-Event	- Melakukan <i>listing</i> media																							
				- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																							
		- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																									
		Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																								
			- Evaluasi acara																								
- <i>Media monitoring</i>																											
Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Pre-Event	- Melakukan <i>listing</i> media																									
		- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																									
- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																											
Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																										
	- Evaluasi acara																										
	- <i>Media monitoring</i>																										
Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Pre-Event	- Melakukan <i>listing</i> media																									
		- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																									
- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																											
Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																										
	- Evaluasi acara																										
	- <i>Media monitoring</i>																										
Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Event	- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																									
		- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																									
- Evaluasi acara																											
Post Event	- <i>Media monitoring</i>																										
	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Event	- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																									
- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																											
- Evaluasi acara																											
Post Event	- <i>Media monitoring</i>																										
	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Event	- Melakukan <i>listing</i> media																									
- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																											
- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																											
Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																										
	- Evaluasi acara																										
	- <i>Media monitoring</i>																										
Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Event	- Melakukan <i>listing</i> media																									
		- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																									
- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																											
Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																										
	- Evaluasi acara																										
	- <i>Media monitoring</i>																										
Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Event	- Melakukan <i>listing</i> media																									
		- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																									
- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																											
Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																										
	- Evaluasi acara																										
	- <i>Media monitoring</i>																										
Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Event	- Melakukan <i>listing</i> media																									
		- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																									
- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																											
Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																										
	- Evaluasi acara																										
	- <i>Media monitoring</i>																										
Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Event	- Melakukan <i>listing</i> media																									
		- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																									
- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																											
Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																										
	- Evaluasi acara																										
	- <i>Media monitoring</i>																										
Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Event	- Melakukan <i>listing</i> media																									
		- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																									
- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																											
Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																										
	- Evaluasi acara																										
	- <i>Media monitoring</i>																										
Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Event	- Melakukan <i>listing</i> media																									
		- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																									
- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																											
Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																										
	- Evaluasi acara																										
	- <i>Media monitoring</i>																										
Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Event	- Melakukan <i>listing</i> media																									
		- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																									
- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																											
Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																										
	- Evaluasi acara																										
	- <i>Media monitoring</i>																										
Post Event	- Merangkum <i>summary report/feedback form</i>																										
	Event	- Melakukan <i>listing</i> media																									
		- Membuat <i>template</i> untuk diupload ke Instagram																									
- Meliput acara dan memasukkan ke dalam media sosial																											
Event	- Memastikan acara berjalan sesuai dengan waktu																										

Dari tabel di atas, selama Bulan Juli hingga November penulis melakukan pekerjaan *event management*, *social media marketing*, dan *media relations*. Diantara ketiga pekerjaan tersebut penulis menyukai pekerjaan *event management* karena penulis dapat berinteraksi langsung dengan partisipan. Selain itu, penulis juga dapat mempelajari dan menerapkan situasi serta ilmu yang telah penulis dapatkan di universitas ke kejadian sebenarnya. Adapun pekerjaan yang membuat penulis mengalami kesulitan, penulis diberikan tugas untuk membuat konten berupa gambar dan *caption* Instagram. Dikarenakan penulis merupakan karyawan magang jadi sulit bagi penulis untuk menjelaskan sebuah produk. Penulis harus mempelajari produk yang akan dipromosikan di *website*. Setelah itu, penulis sudah memahami dan dapat menentukan *caption* maupun gambar yang akan digunakan untuk mempromosikan produk tersebut.

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1. Uraian Pekerjaan *Event*

A. *Event*

Menurut Shone & Parry (2002, dalam Noor, 2013, h.9) “*special event recognizes a unique moment in time with ceremony and ritual to satisfy specific needs*” definisi ini diartikan *special event* dikenal sebagai momen unik dengan perayaan dan ritual untuk memuaskan keperluan spesifik.

Event dibagi menjadi ke dalam 2 jenis menurut Kilkenny (2011, h. 33-34) yaitu *special and social events* dan *business and educational events*. *Special and social events* merupakan suatu acara yang diselenggarakan dengan tujuan tertentu seperti ulang tahun, komunitas *gathering*, pernikahan, dll. Sedangkan *business and educational event* adalah kegiatan yang diadakan dalam waktu yang telah ditentukan dan bersifat rutin bertujuan untuk mengedukasi dan promosi. Contohnya, forum, seminar, RUPS, dll.

Menurut Noor dalam Riadi (2019, para.4) manajemen *event* merupakan pengorganisasian kegiatan yang diadakan sebuah lembaga dan dilakukan secara profesional, efisien, dan efektif dari awal perencanaan hingga kegiatan

tersebut berakhir. Dengan 5 tahapan *event* menurut Goldblatt dalam Riadi (2019, para.4):

1) *Research*

Pada tahap awal sebuah *event* dilandasi dengan menjawab pertanyaan *why, who, when, where, dan what*. Setelah menjawab pertanyaan tersebut maka perusahaan memastikan dengan melakukan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*) supaya memastikan semua tahapan berjalan dengan sistematis. Hal ini dilakukan perusahaan pada saat *pre-event*.

2) *Design*

Dalam pelaksanaan tahap *pre-event* ini perusahaan melakukan *brainstorming* dan *mind mapping* yang dimana semua ide akan muncul dan dikumpulkan. Ini berfokus pada tema dan konsep acara dan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan. Studi kelayakan dilakukan untuk *filter* ide yang muncul.

3) *Planning*

Tahap ini merupakan proses yang sangat panjang dan lama. Perusahaan menentukan tempat, waktu acara, serta melakukan berbagai perencanaan acara. Nantinya akan mempengaruhi hasil dari acara pada tahap ini, karena itu tahap ini harus dioptimalkan.

4) *Coordination*

Koordinasi pada tahap ini banyak dilakukan pada saat eksekusi dari sebuah acara yang telah dibentuk. *Event manager* sangat penting karena dihadapkan dalam berbagai pilihan pada saat itu juga.

5) *Evaluation*

Pada saat acara selesai, maka tahap ini dilakukan dengan melakukan evaluasi. Evaluasi ini adalah proses penilaian, pengukuran akan efektivitas strategi untuk mencapai tujuan perusahaan, data yang diperoleh menjadi acuan penilaian dalam penyelenggaraan acara selanjutnya. Melihat kelebihan dan

kelemahan sebuah acara serta keberhasilannya. Hal ini dilakukan pada saat *post event*.

VmWare Workspace ONE 2019

- *Pre-Event*

Acara ini merupakan acara pertama yang diikuti penulis pada saat memulai proses kerja magang membantu persiapan acara ini, seperti melakukan *listing* media apa aja yang nantinya menjadi media publikasi *event*, lalu penulis juga membantu membuat konten berupa *template* yang digunakan pada saat hari H untuk diunggah ke Instagram. Untuk membuat sebuah konten di Instagram melalui beberapa pertimbangan dan kriteria:

- Konten harus menjelaskan produk dan mempromosikan produk.
- Netral, tidak boleh menyinggung atau menjelekkan produk lain. Dikarenakan MLPT menjual berbagai produk dari berbagai *brand*.
- Tidak boleh mengandung unsur SARA.

- *Event*

Acara ini diselenggarakan pada tanggal 25 Juli 2019 di Fairmont Jakarta Hotel dimana acara ini berbentuk seminar. Penulis berada di Fairmont dari jam 7 pagi hingga jam 5 sore. Penulis diberikan tugas berupa membantu registrasi dan membantu menjadi *event organizer*. Tugas yang dimaksud adalah meliputi *event*, memastikan acara sesuai dengan *rundown*, menyiapkan hadiah serta melakukan *briefing* dengan MC.

- *Post-Event*

Setelah acara seminar ini selesai, penulis diberi tugas untuk mengumpulkan data berupa *feedback form* dan merangkum hasilnya. Selain itu, penulis juga melakukan evaluasi dengan divisi MarComm berupa berapa banyak jumlah konsumen yang potensial dan juga persiapan serta kelancaran *event*. Selain itu,

pada saat *event* ini penulis juga melakukan *media monitoring* media mana saja yang meliput acara ini.

Mid-Year Gathering 2019

- *Pre-Event*

Event ini adalah acara internal perusahaan yang diadakan setiap tahunnya, acara ini merupakan acara *gathering* pertengahan tahun. Sebelum *event* ini dimulai banyak hal yang dilakukan penulis, membuat beberapa konten *powerpoint* dan video lalu menyiapkan *doorprize* serta *rundown* acara. Penulis juga diikuti sertakan pada saat survey ke tempat yaitu Maxxbox di Lippo Karawaci.

- *Event*

Pada saat acara berlangsung di tanggal 2 Agustus 2019, penulis bertugas sebagai PIC acara dimana harus memastikan acara berjalan sesuai dengan *rundown*. Pada saat acara sudah berjalan dengan sesuai penulis melakukan peliputan kegiatan acara supaya dapat dimasukkan ke dalam media sosial.

- *Post-Event*

1 minggu setelah acara ini terdapat 2 kali evaluasi, evaluasi secara internal yang diadakan tim MarComm saja dimana dalam evaluasi ini terdapat beberapa masalah seperti kurangnya koordinasi dari pihak MaxxBoss. Pada minggu yang sama diadakan evaluasi secara eksternal juga dengan tim MarComm dan beberapa panitia yang direkrut dari beberapa divisi. Terdapat masalah pada tim konsumsi yang dikarenakan makanan yang basi dari pihak MaxBoss.

Cisco Cognitive Collaboration 2019

- *Pre-Event*

Event Cisco Cognitive Collaboration 2019 adalah acara yang menggunakan demo pada bentuk acaranya. Penulis hanya

membuat *template* konten untuk Instagram *post* supaya nanti hanya dimasukkan saja foto dan diunggah.

- *Event*
Event ini diadakan pada tanggal 6 Agustus 2019 di Grand Hyatt Jakarta, penulis ditugaskan untuk mengajak partisipan *event* untuk *follow* Instagram MLPT. Selain itu, penulis ditugaskan untuk meliput kegiatan selama acara ini berlangsung serta menjadi *time keeper*.
- *Post-Event*
Setelah *event* penulis melakukan evaluasi dan melakukan *media monitoring* serta membuat *summary report*. Terdapat masalah seperti masalah teknis dimana kurangnya koneksi *Wi-fi* untuk melakukan demo alat, walaupun sudah diberitahukan kepada pihak hotel namun belum ada solusi.

Security Forum 2019

- *Pre-Event*
Event ini merupakan acara yang diadakan tiap tahunnya berbentuk seminar dengan pembicara yang membahas tentang *cybersecurity*. Penulis diberikan tugas untuk melakukan listing media dan menghubungi *agency* supaya *press release* yang dibuat dapat naik ke 10 media. Membuat *template* konten untuk Instagram *post* supaya nanti hanya dimasukkan saja foto dan diunggah.
- *Event*
Tanggal 20 Agustus 2019, penulis berkesempatan untuk mengikuti *event* ini yang diadakan di Ballroom Fairmont Hotel Jakarta. Dikarenakan acara ini merupakan acara yang besar perusahaan ini menyewa beberapa orang sebagai *crew* untuk membantu lancarnya acara. Pada acara berlangsung penulis hanya meliput acara dan mengunggah ke Instagram. Dengan

tujuan supaya pengikut Instagram @multipolartechnology mengetahui *event* yang sedang berlangsung.

- *Post-Event*

Pada saat setelah *event* seperti biasa melakukan evaluasi setelah *event* dan melakukan *media monitoring*. Terjadi masalah seperti masalah teknis dimana kurangnya koneksi *Wi-fi* untuk melakukan demo alat, selain itu mencari solusi mengatasi masalah tersebut.

IBM Industry Solutions 2019

- *Event*

Penulis hanya membantu pada saat acara berlangsung dikarenakan semua *pre-event* sudah disiapkan oleh *event organizer*. Jadi hanya melakukan peliputan saja dan melakukan beberapa evaluasi.

HPE GreenLake 2019

- *Pre-Event*

Event ini merupakan acara terakhir yang diikuti oleh penulis. Penulis diberikan tugas untuk melakukan listing media dan menyiapkan *doorprize* serta *souvenir*. Selain itu, penulis membuat *template* konten untuk Instagram *post* supaya nanti hanya dimasukkan saja foto dan diunggah.

- *Event*

Acara ini diselenggarakan pada tanggal 21 November 2019 di Ashley Hotel Jakarta. Pada saat *event* penulis diberikan tugas untuk meliput kegiatan dan melakukan registrasi peserta.

- *Post-Event*

Pada saat setelah penulis melakukan evaluasi, *media monitoring*, dan membuat *summary report*. Pada acara ini tidak ada kendala dan acara berjalan dengan lancar.

B. *Social Media Marketing*

Social Media Marketing mengacu pada semua aktivitas yang berhubungan dalam jaringan sosial untuk memimpin generasi, meningkatkan

jangkauan dan loyalitas pelanggan menurut Hestanto (2019, para.1). Jaringan sosial seperti Facebook, Twitter, atau LinkedIn menawarkan sebagai alat pemasaran. Adapun beberapa tujuan *social media marketing* menurut Gunelius dalam Rita (2017, para. 4):

1) *Relationship Building*

Manfaat utama dari Pemasaran Media Sosial adalah kemampuan untuk membangun hubungan dengan konsumen yang terlibat secara aktif, teman sebaya, dan yang lainnya.

2) *Brand Building*

Percakapan dalam Media Sosial adalah langkah awal yang sempurna untuk meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan *brand recognition* dan *recall*, serta meningkatkan *brand loyalty*.

3) *Publicity*

Pemasaran Media Sosial menyediakan tempat dimana perusahaan dapat berbagi informasi dengan konsumennya.

4) *Promotion*

Melalui pemasaran Media Sosial, dapat memberikan diskon eksklusif dan kesempatan bagi *audience* untuk membuat mereka merasa dihargai dan khusus, serta untuk memenuhi tujuan jangka pendek.

5) *Market Research*

Media Sosial dapat digunakan untuk mempelajari perilaku konsumen, kebutuhan, keinginan konsumen, dan mempelajari kompetitor.

Perusahaan ini menggunakan beberapa *platform* media seperti Facebook dan Instagram, MLPT menggunakan media sosial sebagai bentuk *marketing*. Tujuannya memasarkan produk, informasi, *brand* dan *event* dengan memanfaatkan pengikut pada media sosial. Perkembangan media sosial yang terus meningkat tentunya membuat pencapaian pemasaran produk menjadi lebih cepat. Media sosial yang digunakan oleh perusahaan ini Instagram, Facebook, Twitter, dan LinkedIn.

Namun, seringkali perusahaan ini menarik beberapa *followersnya* menggunakan *gimmick* pada saat sebuah *event*. Hampir sama dengan beberapa kompetitornya yang mengalami kesulitan pula dalam menggunakan media sosial. Hal ini dikarenakan produk yang ditawarkan bukanlah produk yang dapat digunakan setiap bulan, namun produk bersifat jangka panjang. Maka, seringkali media sosial perusahaan teknologi termasuk MLPT susah mendapatkan perhatian dari *followers*-nya.

Penulis diberikan tanggung jawab untuk membuat konten *posting* Instagram serta *caption* untuk mempromosikan sebuah acara, maupun hari-hari besar. Untuk membuat konten Instagram adapun beberapa hal yang harus mencakup dalam konten tersebut seperti:

- Desain yang harus berjumlah 3 supaya rapih pada *timeline* Instagram.
- Warna yang padu dan menarik yang nyaman dilihat oleh mata.
- Tidak boleh menggunakan SARA.
- Menjelaskan dan mempromosikan produk.
- Penggunaan kata yang baik dan baku serta tidak ada *typo*.
- Netral dan tidak menjelekkkan produk lain dikarenakan perusahaan ini menjual produk lain dengan berbagai *brand*.

Selain itu, penulis juga membantu dalam pembuatan kalender media sosial setiap bulannya dan meng-*update* kalender tersebut. Kalender ini bertujuan untuk menjadi acuan supaya tidak bingung dan teratur dalam mem-*posting* konten Instagram. Selain itu, *caption* juga sudah dibuat dari 1 bulan sebelum supaya *posting* Instagram sesuai jadwal tanpa harus memikirkan *caption*. Namun, juga seringkali adanya tambahan konten sehingga penulis harus meng-*update* di kalender ini.

C. *Media Relations*

Media Relations adalah salah satu bagian dari *public relations* eksternal yang berfungsi untuk membina dan membangun hubungan baik dengan media massa serbagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi menurut Yosali (2008, h.28).

Pada saat mengadakan sebuah *event*, penulis ditugaskan untuk melakukan *media relations* terkait dengan *press release* dan peliputan kegiatan. Kegiatan ini merupakan cara yang efektif untuk menjaga dan membangun citra MLPT di mata para *stakeholders*. Hal ini juga digunakan sebagai media antara MLPT dengan publik. Sebelum mengadakan sebuah *event*, penulis ditugaskan untuk mencari *contact person* media yang akan dituju. Selain itu, perusahaan ini juga menggunakan *agency* agar *press release*-nya dapat dipublikasikan oleh media.

Selain melakukan *media list*, penulis ditugaskan melakukan *media relations* setelah *event* terkait *media monitoring*. *Media monitoring* dapat diartikan sebagai sebuah bentuk pengawasan atau pemantauan. Melakukan hal ini merupakan hal yang penting untuk memastikan apakah *press release* yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang dipublikasikan media. Penulis mencari berita terkait dengan teknologi bank, teknologi komputer, kompetitor MLPT (Anabatic, MMI, Telkom Sigma, AGIT), distributor MLPT (Metrodata dan Tech Data) serta *principal* MLPT (IBM, HPE, VmWare, F5, Fortinet). Pemberitaan ini dicari melalui media *online* seperti liputan6.com, kompas.com, detik.com, CNN Indonesia, kontan.co.id, dll. Tidak hanya tentang pemberitaan penulis juga melakukan pengawasan *follower* Instagram baik kompetitor maupun distributor. Penulis juga melakukan kegiatan *media landscape* dimana setelah penulis mengumpulkan ke *media list* penulis akan menggabungkannya ke dalam satu *database*.

3.3.2. Kendala Selama Proses Kerja Magang

1. Kendala yang dialami penulis saat *event* berlangsung masih terdapat kekurangan dalam hal koordinasi antar tim. Hal ini dikarenakan kurangnya komunikasi sebelum *event*. Tidak adanya *briefing* h-1 sebelum acara berlangsung. Pada saat selesai *event* juga terdapatnya kurangnya koordinasi dan evaluasi yang mendalam sehingga beberapa kali penulis mengikuti *event* masih terjadi kesalahan. Selain itu, pada saat acara yang cukup besar, tim MarComm MLPT masih kekurangan sumber daya manusia (SDM) sehingga

harus menggunakan *event organizer* (EO) dan sering terjadi *miss communication* antara EO dan MarComm.

2. Kurangnya persiapan dan perencanaan *event* yang kurang baik seperti dalam hal penentuan waktu, desain acara, kompetensi SDM, tujuan acara sehingga berdampak pada persiapan yang kurang optimal, kekurangan peminat/partisipan yang sedikit serta banyak hal yang dilakukan secara mendadak, seperti kekurangan *souvenir*, beberapa *banner* yang belum di print, materi pembicara yang belum diberikan H-1 acara. Karena perusahaan ini menggunakan *agency* dalam peliputan media sering juga terdapat beberapa berita yang tidak ada di dalam berita padahal perusahaan ini sudah membayarnya.
3. *Media placement*, penggunaan media sosial Instagram dengan pengikut yang terbilang sedikit menjadi kesulitan dalam mempromosikan perusahaan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan konten dan isi dari Instagram perusahaan ini yang masih berfokus pada promosi dan penjualan saja.

3.3.3. Solusi Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala di atas, maka solusi yang dilakukan adalah dengan lebih banyak koordinasi serta komunikasi. Karena seringkali masalah yang terjadi karena adanya *miss communication*, dengan adanya persiapan yang lebih matang serta penempatan tanggal acara yang tidak berdekatan supaya lebih mengoptimalkan persiapan kerja divisi MarComm ini. Divisi ini juga harus merencanakan *event* dengan baik dimulai dari penentuan waktu dengan membatasi jarak antara acara yang satu dengan acara lain dengan tujuan supaya persiapan yang dilakukan lebih optimal. Desain acara yang dibuat juga harus lebih baik dan tidak hanya seminar sehingga lebih banyak partisipan dan tidak terkesan monoton. Serta melakukan *update* terhadap *database* peserta supaya menambah partisipan *event*. Penempatan media sosial yang baik seperti Instagram dengan menarik banyak pengikut dan meningkatkan konten supaya bisa menjadi daya tarik pengikut.