Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Praktik kerja magang dilaksanakan oleh penulis di Mall @ Alam Sutera, salah satu unit bisnis PT Alam Sutera Realty Tbk. Penulis ditempatkan dalam divisi *promotion*, di bawah departemen *marketing*. Selama melaksanakan kerja magang, penulis dibimbing oleh *promotion officer*, Ibu Meily Anggraini dan Ibu Clarissa F. Wongsari. Selain itu, setiap pekerjaan yang penulis kerjakan diawasi penuh oleh Bapak Puzi Rahmat selaku *Marketing Manager*.

Selama melakukan kerja magang di divisi *Promotion*, penulis memperoleh pengetahuan serta pengalaman mengenai aktivitas promosi *below-the-line*. Aktivitas tersebut meliputi memonitor *event-event*, membuat perencanaan kegiatan promosi dalam bentuk *event*, hingga pelaksanakan kegiatan promosi tersebut.

Dalam perencanaan kegiatan promosi berbentuk *event* tersebut, penulis juga terlibat dalam pembuatan proposal *event*, membuat *rundown* susunan acara, melakukan negosiasi dengan pengisi acara, mencari sponsor, mengikuti berbagai *meeting* terkait pelaksanaan kegiatan promosi tersebut, hingga akhirnya kegiatan promosi tersebut terlaksana.

Selain itu, penulis juga diberikan kesempatan untuk membantu pekerjaan di divisi *tenant relations* seperti menghubungi tiap *tenant* untuk mengetahui promo yang sedang berlangsung, agar dapat dipublikasikan.

Di dalam setiap melakukan pekerjaan atau tugas, penulis selalu dibimbing oleh pembimbing lapangan, tidak hanya itu, penulis juga tidak segan untuk bertanya apabila ada kesulitan atau keraguan dalam mengerjakan pekerjaan atau tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan.

Aktivitas promosi below..., Yenny Kumala Dewi, FIKOM UMN, 2013

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pekerjaan atau tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan kepada penulis sangatlah beragam. Hal tersebut membuat penulis mendapatkan banyak pelajaran dan pengalaman dari pekerjaan yang dilakukan. Penulis juga tidak segan bertanya kepada pembimbing lapangan apabila menemui kesulitan atau keraguan ketika mengerjakan tugas yang diberikan.

Berikut adalah pekerjaan atau tugas yang dikerjakan oleh penulis selama melakukan praktek kerja magang di mall @ alam sutera :

Tabel 3.1 Realisasi Kerja Mahasiswa

No	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan	Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perencanaan, Persiapan dan Pelaksanaan *Event*												
2	*Monitoring* dan dokumentasi *event*												
3	Pencarian materi promosi												
4	*Tenant Relations*												

Keterangan :

: Libur Hari Raya Idul Fitri

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Perencanaan, Persiapan dan Pelaksanaan *Event*

Begitu maraknya pusat perbelanjaan atau mal di daerah Tangerang membuat Mall @ Alam Sutera juga berusaha untuk membuat program atau kegiatan promosi yang menarik. Salah satunya melalui *event*. *Event* merupakan salah satu bentuk promosi *below-the-line*, dengan target audiens yang terbatas namun dapat memberikan kesempatan bagi audiens atau publik untuk merasakan serta berinteraksi. Menurut Kotler dan Armstrong, salah satu

Aktivitas promosi below..., Yenny Kumala Dewi, FIKOM UMN, 2013

alat *public relations* dalam melakukan promosi adalah *special events* (2008:412) .

Menurut Duncan (2005:607), *event* adalah :

> *A significant situation or promotional happening that has a central focus and captures the attention and involvement of the target audience.*

Jadi, dapat dipahami bahwa *event* merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi untuk mendapatkan perhatian publik serta membuat publik dapat merasakan serta berpartisipasi dalamnya. Melalui *event* juga, perusahaan dapat membangun *brand awareness* hingga membentuk citra positif di mata khalayak.

Saat melaksanakan kerja magang di Mall @ Alam Sutera, penulis diberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan promosi *below-the-line* bagi *Nareswari Shopping Club* dalam bentuk *event*. Penulis bersama beberapa rekan magang lainnya terlibat langsung dari awal perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi *event*.

Nareswari Shopping Club (selanjutnya disebut *NSC*) merupakan program loyalitas pelanggan khusus wanita berusia 18 tahun ke atas yang dimiliki oleh Mall @ Alam Sutera. Berbagai macam fasilitas serta keuntungan menarik disediakan bagi anggota *NSC*, salah satunya adalah *mall event privilege*. Salah satu keuntungan dari *NSC* inilah yang menjadi dasar bagi penulis dan rekan magang lainnya untuk membuat *event* "Metamorfosa Batik Indonesia".

Penulis beserta rekan magang memulai perencanaan *event* dengan pembuatan proposal acara. Menentukan konten acara dan menyusun *budget*. Akhirnya "Metamorfosa Batik Indonesia" berisikan rangkaian acara berupa *talk show*, dilanjutkan dengan *fashion show* koleksi batik desainer Indonesia, dan *gathering member Nareswari Shopping Club*.

Pada persiapan *event* "Metamorfosa Batik Indonesia", penulis bertanggung jawab di bidang acara. Kegiatan yang dilakukan oleh penulis sangat beragam. Setelah proposal "Metamorfosa Batik Indonesia" disetujui, penulis langsung mencari dan menghubungi pengisi acara (*MC* dan

Aktivitas promosi below..., Yenny Kumala Dewi, FIKOM UMN, 2013

pembicara) untuk penawaran kerjasama dalam *event* "Metamorfosa Batik Indonesia".

Melalui *email* dan percakapan telepon, penulis mengirimkan proposal acara, menjelaskan konsep acara dan bernegosiasi dengan pengisi acara perihal *fee*. Selama beberapa minggu melakukan *follow up* terhadap pengisi acara, maka penulis meraih kesepakatan dengan pengisi acara. Akhirnya terpilihlah Carmanita (desainer batik Indonesia) menjadi pembicara pada sesi *talkshow*, dipandu oleh Widma P. Meissner (penyiar Indika FM) sebagai *MC*.

Setelah dicapai kesepakatan dengan pengisi acara, penulis membuat surat perjanjian kerjasama (SPK) antara pihak Mall @ Alam Sutera dengan pengisi acara (MC dan pembicara). Surat perjanjian kerjasama berisikan perjanjian mengenai jangka waktu kerjasama, tujuan, biaya, kewajiban dari kedua belah pihak, pembatalan perjanjian, jaminan, serta penyelesaian perselisihan. Surat perjanjian kerjasama ditandatangani oleh *General Manager* Mall @ Alam Sutera dan pengisi acara, yaitu Widma P. Meissner dan Carmanita.

Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam penyusunan *rundown* acara. Penulis bersikap teliti dalam penyusunan *rundown*, sehingga tidak terjadi kesalahan di dalam *rundown* dan acara berjalan lancar. Penulis juga memiliki tugas untuk membuat *cue card* dan *draft* pertanyaan *talk show* bagi MC. *Cue card* membantu MC dalam memandu acara, sedangkan *draft* pertanyaan digunakan MC pada sesi *talk show*.

Penulis juga terlibat dalam pemilihan foto model untuk dijadikan *master design* publikasi. Foto model akan diletakkan pada *flyer*, *hanging banner*, *standing poster*, *LED Screen*, *billboard*, dan media publikasi lainnya.

Selain itu, dalam *event* ini, penulis juga terlibat dalam pencarian sponsor. Penulis melakukan negosiasi dengan beberapa *tenant* seperti SOGO *Department Store*, Alun-Alun Indonesia, Waroeng Kopi, Victoria *Make Up Artist*, Champs Patisserie, Gula Merah, Payless Shoesource, Haircode, Es Teler 77, Wellcomm Shop, Charles and Keith untuk bekerja sama dan menjadi sponsor dalam acara.

Setelah *tenant-tenant* sepakat untuk menjadi sponsor dalam *event*,

Aktivitas promosi below..., Yenny Kumala Dewi, FIKOM UMN, 2013

penulis dibantu oleh pembimbing lapangan mengisi *form* kerjasama promosi (FKP). *Form* kerjasama promosi merupakan perjanjian tertulis mengenai bentuk kerjasama yang diberikan oleh Mall @ Alam Sutera dan *tenant*. Sebagai contoh, di dalam *form* kerjasama promosi, Champs Patisserie harus menyediakan *snack box* sebanyak 50 *box* dan memberikan voucher sebanyak 150 lembar, sebagai timbal balik, Mall @ Alam Sutera memberikan *space* logo Champs Patisserie di media publikasi *event*.

Selama merencanakan dan mempersiapkan *event*, penulis juga mengikuti beberapa *meeting* bersama dengan pihak internal dan pihak eksternal. Bersama pihak internal, penulis melakukan diskusi mengenai *progress* persiapan *event*, melakukan *briefing* acara dengan segenap pihak internal yang terlibat, menjelaskan *rundown* acara.

Meeting yang dilakukan dengan pihak eksternal (seperti pihak SOGO *Department Store*, Alun-Alun Indonesia, serta *tenant* lainnya) juga hampir sama. Penulis menjelaskan konsep acara dan menjelaskan *rundown* yang telah disusun.

Saat pelaksanaan acara atau hari-H *event* "Metamorfosa Batik Indonesia", penulis bertanggung jawab menjadi *laison officer MC* serta menjadi *time-keeper* selama acara berlangsung. Sesaat sebelum acara, penulis harus kembali melakukan *briefing* dengan *MC*. Penulis juga harus memperhatikan tiap menit acara agar tidak terdapat kesalahan dalam acara.

3.3.2 Monitoring dan Dokumentasi *Event*

Meskipun Mall @ Alam Sutera masih terbilang mal pendatang baru, namun Mall @ Alam Sutera telah berhasil membuat kegiatan promosi seperti sejumlah *event* dengan sangat menarik. Berbagai macam *event* telah diselenggarakan oleh Mall @ Alam Sutera.

Selama melaksanakan kerja magang, penulis juga memiliki tugas untuk memonitor jalannya *event*. Penulis harus *stand by* berada di tempat berlangsungnya *event*. Selain memastikan *event* berjalan lancar, penulis juga harus mampu menanggapi pertanyaan bahkan keluhan mengenai *event* yang sedang berlangsung.

Aktivitas promosi below..., Yenny Kumala Dewi, FIKOM UMN, 2013

Event-event yang dilaksanakan di Mall @ Alam Sutera pun harus didokumentasikan, karena *event-event* yang diselenggarakan juga menyumbang peranan dalam pembentukan citra Mall @ Alam Sutera. Selama memonitor jalannya *event*, penulis juga harus mendokumentasikan *event* yang sedang berlangsung.

Setiap momen dari *event* tersebut harus diabadikan oleh penulis. Foto-foto serta video yang diambil akan dimasukkan ke dalam media publikasi yang dimiliki oleh mal, seperti *website*, *twitter*, *facebook*, dll. Melalui media publikasi tersebut, diharapkan dapat dilihat oleh publik serta menarik perhatian publik untuk datang ke Mall @ Alam Sutera.

Beberapa *event* yang dimonitor dan didokumentasikan oleh penulis diantaranya yaitu *event Creative Clay Charity with ANT Charity*, *WOW Art Workshop*, *Frosty Holiday with Snoopy and Friends*, *The Grand Opening of Gold's Gym Mall @ Alam Sutera*, dan *Beauty Workshop by ZA* (*private event member Nareswari Shopping Club*).

Selain itu, penulis juga diberikan tugas untuk menyebarkan kuesioner ke beberapa pengunjung serta melakukan observasi mengenai *awareness* pengunjung terhadap *event* yang sedang berlangsung.

3.3.3 Pencarian Materi Promosi

Salah satu pekerjaan pokok yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang adalah mencari dan mengumpulkan materi promosi yang dilakukan *tenant-tenant* di Mall @ Alam Sutera, seperti promo diskon untuk *selected items* di *tenant* Samsonite, promo *buy 1 get 1 free* di *tenant* Pho 24, promo *cashback* di *tenant* Sentra Ponsel, *special price* di *tenant* Samuel & Kevin, dan promo *free upsize* di *tenant* Starbucks.

Secara rutin setiap awal bulan, penulis diwajibkan berkeliling mendatangi *tenant-tenant* untuk mengumpulkan materi promosi. Selain mendatangi *tenant*, penulis juga menghubungi kantor-kantor pusat dari *tenant* tersebut.

Materi promosi yang telah dikumpulkan dan dicatat oleh penulis lalu dimasukkan ke dalam *tenant promo list*. Setiap bulan, *tenant promo list*

Aktivitas promosi below..., Yenny Kumala Dewi, FIKOM UMN, 2013

tersebut akan terus diperbaharui, seiring dengan bergantinya terus promosi yang dilakukan. Setelah itu, penulis menyerahkan daftar tersebut kepada *staff promotion above-the-line*. *Staff promotion ATL* yang bertanggung jawab untuk memasukkannya ke dalam media publikasi seperti *Twitter*, *Facebook*, dan *website* (www.mallalamsutera.com).

Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis juga membantu sedikit pekerjaan *staff promotion ATL*, seperti menyusun kata-kata singkat dan menarik mengenai promosi untuk dimasukkan ke dalam *Twitter* dan membantu membuat *posting plan*.

3.3.4 *Tenant Relations*

Selain melakukan pekerjaan promosi *below-the-line*, penulis juga diberikan kesempatan untuk membantu divisi *tenant relations*. Divisi ini memiliki fungsi sebagai jembatan komunikasi antara manajemen dengan para *tenant*. Divisi *tenant relations* bertanggung jawab untuk menjaga dan meningkatkan hubungan dua arah yang baik dengan para *tenant*, mensosialisasikan program-program mal kepada *tenant*, serta menangani masukkan serta keluhan dari *tenant.*

Melihat hal tersebut, penulis menyadari bahwa peran *public relations* juga sangat penting dalam *tenant relations*. Menurut Cutlip, Center dan Broom (2006:6), *public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Tenant-tenant yang berada di Mall @ Alam Sutera merupakan bagian dari publik yang memiliki pengaruh terhadap Mall @ Alam Sutera,. Dengan kata lain, *tenant* merupakan *stakeholders* yang harus dijaga hubungan baiknya dengan perusahaan.

Selama melaksanakan praktik kerja magang, salah satu tugas yang dikerjakan oleh penulis saat membantu divisi *tenant relations* adalah mensosialisasikan program mal kepada *tenant*. Penulis kembali mendatangi

Aktivitas promosi below..., Yenny Kumala Dewi, FIKOM UMN, 2013

tiap *tenant* untuk menyampaikan *event Late Night Shopistication* yang akan dilaksanakan mal. Penulis diwajibkan menjelaskan kepada tiap *tenant* mengenai detail *event* tersebut.

Selain itu, selama melakukan sosialisasi program mal kepada *tenant*, penulis juga harus menangani keluhan yang disampaikan oleh *tenant*. Apabila penulis tidak memiliki wewenang untuk menanggapinya, penulis akan menyampaikan keluhan tersebut kepada pembimbing lapangan, sehingga pembimbing lapangan yang akan menanggapi keluhan tersebut.

Melalui kegiatan sosialisasi program mal serta menangani keluhan *tenant*, pihak manajemen mal telah menjalin hubungan yang baik dengan *tenant* dan menjalankan komunikasi dua arah dengan *tenant*.

3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan praktik kerja magang dalam divisi *promotion*, penulis menemui kendala dalam persiapan kegiatan promosi *below-the-line*, *event Metamorfosa Batik Indonesia*. Mempersiapkan sebuah *event* tentu saja melibatkan banyak pihak, sehingga koordinasi yang baik menjadi hal yang sangat penting.

Dalam persiapan *event Metamorfosa Batik Indonesia*, terdapat kurangnya koordinasi antara pihak Mall @ Alam Sutera dengan *tenant* SOGO *Department Store* sehingga menyebabkan terjadinya *miss-communication* dengan pengisi acara (Carmanita). Adanya informasi yang tidak disampaikan oleh pihak *tenant* kepada pengisi acara membuat pengisi acara mengalami *miss-communication* dengan pihak Mall @ Alam Sutera.

Salah satu rangkaian acara yang ada dalam *event Metamorfosa Batik Indonesia* adalah peragaan busana batik desainer Indonesia, salah satunya koleksi desainer Carmanita. Pada saat itu, pihak *tenant* yang berjanji untuk berbicara pada Carmanita perihal peminjaman koleksinya dalam peragaan busana.

Aktivitas promosi below..., Yenny Kumala Dewi, FIKOM UMN, 2013

Namun, pihak *tenant* ternyata tidak menyampaikan hal tersebut, sehingga saat penulis sedang menjelaskan mengenai sesi peragaan busana, Carmanita merasa tersinggung karena tidak mengetahui informasi tersebut. Hal ini disebabkan informasi yang belum sepenuhnya tersampaikan dan kurangnya koordinasi antara Mall @ Alam Sutera dan *tenant* yang bersangkutan sehingga terjadi sedikit kesalahpahaman.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Kendala yang dialami oleh penulis dalam pelaksanaan kerja magang tentu telah terselesaikan dengan baik. Dalam menghadapi kendala pada persiapan *event Metamorfosa Batik Indonesia*, penulis menyadari pentingnya koordinasi saat mempersiapkan sebuah *event*, terutama *event* yang banyak melibatkan pihak eksternal.

Saat melanjutkan persiapan *event*, penulis mencoba untuk semakin aktif dalam melakukan pengecekan dan mulai terus berkoordinasi baik dengan pihak internal (tim divisi *promotion*) maupun pihak eksternal (pengisi acara & *tenant* yang bersangkutan). Penulis melakukan pengecekan berulang pada setiap tugas dan detail persiapan acara. Penulis juga memastikan tidak ada informasi yang tidak tersampaikan kepada pengisi acara, sehingga acara dapat berjalan lancar.

Pada saat pertemuan dengan Carmanita, penulis juga mencoba menjelaskan kepada Carmanita hal yang sebenarnya terjadi. Akhirnya Carmanita menerima penjelasan tersebut dan kembali mengikuti jalannya persiapan *event* sampai pelaksanaan *event* berjalan dengan lancar.

Aktivitas promosi below..., Yenny Kumala Dewi, FIKOM UMN, 2013