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 I

PENDAHULUAN

1.1.LATAR BELAKANG

Setiap perusahaan tentunya selalu berusaha melakukan bentuk-bentuk komunikasi yang baik agar dapat memiliki penilaian atau citra yang baik dan positif dari publiknya. *Event* menurut Kotler (2003:617-618), adalah bagaimana Perusahaan dapat menarik perhatian publik atas produk baru atau aktivitas perusahaan lainnya dengan menggunakan acara khusus seperti, seminar, pameran, *exhibition*, kontes, perayaan, serta *charity*. *Event* adalah tipe promosi yang sering digunakan perusahaan atau menghubungkan sebuah merek pada suatu acara atau sebuah pesta yang tematik yang mana dikembangkan dengan tujuan untuk menciptakan suatu pengalaman bagi konsumen dan mempromosikan suatu produk atau jasa terebut. Aktivitas *event* dapat dikatakan berhasil jika mampu menerapkan konsep yang menarik, kreatif, orisinil, dan dapat menarik perhatian publik. Jenis dari *event*-pun beragam, oleh karena itu sebuah perusahaan harus bisa memilih aktivitas *event marketing* yang tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan perusahaan sehingga berujung pada peningkatan *awareness* masyarakat terhadap suatu perusahaan.

Dewasa ini memang jasa *Event Organizer* telah menjadi kebutuhan dan pilihan jembatan komunikasi praktis baik bagi perusahaan-perusahaan maupun masyarakat untuk saling dapat berinteraksi. Sebuah *event* dapat berupa seminar, konferensi, pameran, peluncuran produk, bazaar, dan seringkali melibatkan organisasi komersial yang bergerak dalam penyelenggaraan *event* (Hardiman, 2006:38).

PT Dyandra Promosindo sebagai bagian dari Kompas Gramedia Group yang merupakan salah satu perusahaan media terbesar dan memiliki kredibilitas di Indonesia, selalu berusaha untuk menempatkan diri sebagai jasa perusahaan terintegrasi dan penyelenggara *event* terkemuka dalam bidang pameran bagi para *client-client* dan masyarakat luas. Untuk tetap mempertahankan eksistensinya dalam persaingan industri MICE yang kompetitif, maka Tim *Project Manager* PT Dyandra Promosindo harus terus berupaya melakukan berbagai inovasi dalam meningkatkan mutu dan kualitas pada salah satu penyelenggaraan *event*-nya yaitu IIMS 2015.

Tujuan utama dari penyelenggaraan IIMS 2015 dengan tema 'The Essence of Motor Show' selain untuk meningkatkan dan mengingatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan PT Dyandra Promosindo sebagai *Event Organizer* terbesar dan terbaik di Indonesia yang telah banyak mengukir prestasi dalam industri MICE juga untuk meningkatkan profit perusahaan dan *tenant-tenant* yang bergabung dalam Pameran IIMS 2015.

Manfaat dari diselenggarakannya *event* adalah sebagai komunikasi pemasaran sebuah perusahaan secara efektif untuk menyentuh pasar yang lebih luas. Selain itu juga sebagai ajang untuk mempertahankan citra, serta merupakan bentuk eksplorasi ide-ide yang kreatif, segar, dan unik.

Penyelenggaraan IIMS merupakan *event* terbesar di Indonesia dalam industri otomotif. Dari tahun ke tahun, gelaran akbar yang sebelumnya bernaung bersama Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) terus menuai respons tinggi. IIMS pertama kali digelar pada 1985, tepatnya pada 11-15 Juli. Di Indonesia sendiri pameran mobil memang sudah identik dengan Indonesia *International Motor Show* namun pada 2015 ini Gaikindo memilih untuk tidak bekerja sama dengan PT Dyandra Promosindo dan menggunakan nama lain untuk pameran resminya sebagai Gaikindo Indonesia *International Auto Show*. Menariknya kedua acara ini memiliki persamaan tanggal pengadaan yaitu 20-30 Agustus 2015. Dengan terdapatnya dua *event* yang dapat dikatakan besar ini dan saling bertabrakan, perusahaan-perusahaan maupun *client-client* menuntut PT Dyandra Promosindo untuk dapat mempertahankan kepercayaan mereka untuk bergabung dengan IIMS 2015 melalui ide kreatif dan menarik dalam penyelenggaraannya.

Adapun pengelolaan *event* dalam rangkaian acara IIMS 2015 merupakan salah satu *promotion tools* yang utama, karena dapat menjadi media komunikasi dalam membina hubungan baik dengan *client-client* atau masyarakat sekitar. Melalui peranan penting tersebut, baik PT

Dyandra Promosindo dan *client-client* dari IIMS 2015 dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat untuk menghasilkan sebuah kesan dan nilai di benak mereka. Kesan atau nilai yang terbentuk di benak masyarakat atau *client-client* IIMS 2015 tentu dapat berupa positif atau negatif, apabila tertanam nilai positif dalam benak mereka maka akan terdapat potensi untuk masyarakat dan *client-client* IIMS 2015 bergabung kembali pada tahun berikutnya. Namun, apabila kesan yang tertanam dalam benak masyarakat dan *client-client* IIMS 2015 cenderung negatif, maka dapat memungkinkan penurunan *awareness* pada IIMS di tahun-tahun berikutnya. Untuk lebih mensukseskan terlaksananya sebuah *event* yang sesuai dengan tujuan perusahaan, maka perlu didukung dengan perencanaan yang matang.

Maka penulis tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai peran dan fungsi *Internship Project Manager* dalam pengelolaan *event* pada rangkaian acara *Pre-Event* IIMS 2015, PT Dyandra Promosindo.

1.2.TUJUAN KERJA MAGANG

1. Untuk mengetahui aktivasi *event management* pada beberapa program *Pre-Event* IIMS 2015**.**

1.3.WAKTU DAN PROSEDUR KERJA MAGANG

Kegiatan kerja magang ditempuh penulis selama 3 bulan terhitung sejak 17 Maret – 17 Juni 2015. Penulis diwajibkan untuk mematuhi

peraturan yang berlaku di tempat melaksanakan magang yaitu PT. Dyandra Promosindo. Penulis di tempatkan pada *Automotive Event Division*. Jam kerja yang ditetapkan oleh perusahaan adalah pukul 08.00 - 17.00 dari senin hingga jumat terkecuali terdapat beberapa acara tambahan yang masih merupakan rangkaian IIMS 2015 yang mewajibkan penulis untuk hadir dalam acara tersebut.

Total waktu bekerja dalam sehari adalah 8 jam dengan 1 jam istirahat. Pengisian absen dilakukan pada saat hadir. PT Dyandra Promosindo tidak memberlakukan seragam khusus bagi karyawan yang bekerja di kantor.

Pembagian kerja dilakukan oleh hampir seluruh karyawan *Automotive Division*. Pembagian kerja ditentukan oleh Bunga Swastika Putri selaku *Automotive Event Division Manager*. Penulis disupervisi oleh Dea Novia Praditha dan Eka Pratama Putra selaku *Project Manager*. Penulis difokuskan untuk membantu kelancaran *upcoming event* IIMS 2015.

Berikut ini adalah prosedur kerja magang yang diikuti:

1. Penulis mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang (Form KM-01) sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi dan ditujukan kepada HRD PT Dyandra Promosindo.

2. Penulis mengajukan *cover letter* dan CV kepada PT Dyandra Promosindo melalui surel untuk melakukan praktik kerja magang yang disertai dengan Surat Pengantar Kerja Magang dari Universitas Multimedia Nusantara.

3. Penulis meminta surat keterangan dari PT Dyandra Promosindo yang menandakan telah diterima sebagai peserta magang di perusahaan tersebut setelah lolos proses *interview*. Surat tersebut ditanda tangani oleh Ayodhya R.A selaku HRD dari PT Dyandra Promosindo, lalu diserahkan ke BAAK.

4. BAAK memberikan KM-02 sampai KM-07, yang terdiri dari kartu kerja magang, formulir absensi, formulir realiasi kerja magang, formulir hasil penilaian praktik kerja magang, dan formulir penyerahan laporan magang. Semua itu akan dilengkapi dengan tanda tangan dari mentor atau pembimbing lapangan, Dea Novia Praditha atau Eka Pratama Putra.

5. Setelah periode praktik magang selesai, konsultasi dengan dosen pembimbingan laporan magang, dan melengkapi data-data yang dibutuhkan.

6. Laporan yang sudah diterima dan disetujui oleh dosen pembimbing magang selanjutnya dipresentasikan dalam sidang magang.