



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.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama masa praktik kerja magang di PT Rajawali Pacific Internusa , penulis kedudukan di bidang MICE, Penulis membantu para *General manager* dengan kegiatan-kegiatan *event management* untuk menangani akun-akunnya, seperti membuat *marketing public relation, data base, event plan, presentation, media monitoring*, strategi PR, serta aktivitas PR lainnya. Dalam setiap akun, penulis bergabung dalam satu tim per akunnya di mana per tim tersebut akan dipimpin oleh satu *leader (Consultant atau Associate)* dan beberapa *Account Coordinator*. Dikarenakan jumlah karyawan yang terbatas, penulis dilibatkan dalam semua tim yang ada. Sebagai *intern*, penulis dimentori dan disupervisi oleh seorang *Partner*, Hellen Gunawan. Penulis juga mendapatkan beberapa *training* untuk menambah wawasan serta kegiatan di luar kebutuhan akun-akun dari beliau.

Koordinasi dapat terjadi ke segala arah di mana penulis dapat berkomunikasi langsung dengan *Director, Partner dan Associate* (vertikal), dengan *Account Coordinator* dan teman-teman *intern* lain (horizontal), dan dengan unit bisnis PT Rajawali Pacific Internusa lain seperti Explicar untuk berkoordinasi mengenai *media monitoring*. Lebih jelasnya, dalam setiap akun penulis berkoordinasi dengan semua anggota tim. Pada akun *Camping&Picnic Fair*, penulis berkoordinasi dengan Hellen Gunawan (*Leader*), Iranaya (*Content Writing*), Elia (*Content Writing*), Angelia Evelina (*Event Planner*), dan Natasha (*Accounting*) penulis berkoordinasi dengan Panji (*Design*).

Selain dengan anggota tim di atas, penulis juga bekerja sama dan berkoordinasi dengan sesama rekan magang dalam menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan dari setiap akun. Umumnya peserta magang akan dilibatkan untuk

membantu setiap pekerjaan, terutama saat *event* tertentu untuk *incharge* media registrasi dan dokumentasi dengan hanya dua orang saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan jumlah karyawan dan peserta magang yang harus membantu kebutuhan dari akun-akun lainnya.

3.2 Tugas yang dilakukan

Tugas yang dilakukan penulis selama tiga bulan praktik magang di 3motion adalah *content writing*. Berikut adalah tabel yang berisikan tugas penulis secara keseluruhan selama tiga bulan kerja.



Tabel 3.1 Timeline Kerja

No	Jenis Pekerjaan	Uraian pekerjaan	Bulan																Keterangan
			Febuari				Maret				April				Mei				
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1				
1	Pra event	Mencari <i>Database Event</i> Camping																	
		Mencari <i>web design event</i> lainnya																	
		Menyebarkan LPSE																	
		Mencari konsep <i>event</i>																	
		Membuat Content web SPOEX																	
2	Event	Membuat Content web Camping																	
		Membuat proposal LPSE																	
		Eksternal dan Internal Meeting																	

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

3.3.1 *Event Organizer*

Event organizer (EO) memiliki berbagai nama, seperti event coordinator, event planner, maupun event management. Namun secara garis besar, tetap memiliki fungsi dan tugas yang sama. Menurut Natoradjo(2011, h.222), EO adalah perusahaan yang bercirikan:

- EO adalah sebuah bisnis dan profesi yang menawarkan jasa
- EO mengumpulkan dan mempertemukan khalayak untuk sebuah tujuan
- EO bertanggung jawab melakukan penelitian, membuat desain event, merencanakan, melakukan koordinasi, supervisi, dan pengawasan terhadap pelaksanaan, kelangsungan, realisasi dan keberhasilan sebuah event.
- EO memproduksi atau menghadirkan sebuah *event* untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan atas permintaan klien, penyelenggara, orang atau instansi yang mempunyai hajat. Dengan kata lain, EO adalah pelaksana acara yang melakukan pekerjaannya atas permintaan klien (orang yang memiliki hajat atau penyelenggara acara)

PT Rajawali Pacific Internusa adalah termasuk perusahaan *event organizer*. *Client* nya yaitu Telkomsel, Daihatsu,dll. Tahapan dalam membuat event yaitu *pra produksi, produksi, pasca produksi*

1. *Pra Produksi (Planning)*

Merupakan bagian penentu kelancaran operasional saat produksi. Pra produksi beres dan bagus, maka produksi akan semakin ringan. Jika masih ada permasalahan yang belum beres akan mengganggu jalannya *produksi*. Tidak ada kesuksesan tanpa perencanaan dan persiapan. Keberhasilan sebuah *event* sangat bergantung pada persiapan

menghadapi *event* tersebut. Bahkan kesuksesan sebuah *event* dapat diprediksi dari faktor kesiapan ini. Persiapan bisa dimulai dari membentuk teamwork plus tugas masing-masing personal.

Tahapan dalam fase ini bisa saja terdiri dari :

- Menerjemahkan ide menjadi sebuah konsep
- Pembentukan tim dan pembagian kerja/tugas masing-masing
- Penyusunan konsep kreatif, budgeting, rundown, talent, artistik & desain
- Penentuan/survey/observasi tempat, perlengkapan, akomodasi, konsumsi, transportasi, *dokumentasi*, target pasar, *audience*.

Penulis bekerja pada saat di masa pra produksi karena pada tanggal tersebut *event* GAIKINDO akan dilaksanakan pada bulan agustus, sedangkan penulis bekerja pada saat bulan febuari. *Event* GAIKINDO khusus nya Daihatsu PT Rajawali Pacific Internusa dipercaya sebagai *event organizational* tersebut termasuk penulis yang Sebagai pelaksananya. Penulis berperan sebagai konsep acara dan content writer *event* tersebut.

2. *Produksi (Execution)*

Dalam tahapan ini kinerja sebuah EO akan dilihat dan diamati oleh banyak pihak. Koordinasi antar bagian harus benar-benar efektif dan efisien, hal ini bisa didukung dengan persiapan pada *pra produksi* yang matang. Namun kadangkala apa yang direncanakan dalam *pra produksi* seringkali berbeda dengan apa yang dihadapi. Karena terkadang permasalahan muncul saat *event* sedang berjalan. Sehingga membutuhkan kepekaan dalam *improvisasi* serta koordinasi lebih lagi. Selesaikan dengan *improvisasi* yang cerdas dan *internal* terlebih dahulu jika menyangkut kerjasama. Tapi jika menyangkut acara secara keseluruhan ajaklah pihak klien untuk memecahkan masalah secara bersama dan selesaikan dengan *improvisasi* yang cerdas dan aman untuk

semuanya. Bekerja di dunia EO adalah menjual jasa, karena itu tahap eksekusi *event* adalah etalase, tempat memajang barang dagangan jasa agar dilirik orang kemudian orang tersebut membeli. Banyak pemilik produk, calon-calon klien maupun sponsor, penonton dan bahkan EO lain yang notabene kompetitor kita sendiri yang melakukan penilaian terhadap EO kita. Penilaian baik tidaknya sebuah EO bisa dilihat dari kinerja EO tersebut saat menggelar event atau dalam tahap eksekusi. Ketika terlihat EO bekerja rapi, event berjalan lancar dan sukses, kesempatan untuk mendapatkan proyek *event* lainnya akan datang dengan sendirinya.

3. *Pasca Produksi (Reporting)*

Tahap ini adalah tahap dimana EO mempertanggungjawabkan pekerjaannya secara tertulis. Pekerjaan apa saja yang menjadi tanggung jawab EO dilaporkan kepada klien/pemberi kerja atau pihak-pihak lain yang terkait disertai evaluasi dan dilengkapi dokumentasi, apapun dan bagaimanapun sebuah event itu berjalan, apakah sukses atau gagal tetap harus dipertanggungjawabkan

Aktivitas dalam fase ini bisa saja meliputi :

- Evaluasi event
- Penyusunan laporan
- Pengajuan *invoice*

Penulis sangat merasakan pada saat magang perusahaan PT Rajawali Pacific Internusa sangat memerhatikan pada tahap *pra produksi*, karena penulis sangat banyak mengerjakan atau mencari *database client* yang sangat berkaitan dengan *event* tersebut. Karena keberhasilan *event* sangat dipengaruhi pada saat *pra produksi*. Pada saat *produksi* dan *pasca produksi* hanya meneruskan hal hal yang sudah disiapkan pada saat *pra produksi*.

U
M
N

Gambar 3.1 Event yang dijalani PT Rajawali Pacific Internusa



3.3.2 Membuat Database

Dalam proses pencarian Data base, Basis data adalah suatu kumpulan data komputer yang terhubung secara logikal serta berisi deskripsi dari data tersebut, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi dari suatu perusahaan. (Connolly dan Begg, 2009,h. 15).

Dalam penggunaannya, database memiliki beberapa keuntungan yaitu:

1. Mengurangi kesalahan yang disebabkan oleh faktor manusia.
Tugas mekanis lebih baik dilaksanakan oleh mesin.
2. Komputer dapat mengambil dan mengubah data lebih cepat dari manusia.
3. Akurat dan informasi terbaru selalu tersedia setiap saat.
4. Menghemat ruangan karena tidak perlu menyediakan ruangan penyimpanan kertas file yang sangat banyak.

Selama kerja magang di PT Rajawali Pacific Internusa, penulis diberi kesempatan untuk mencari database *client*

Berikut adalah contoh Database

Gambar 3.2 Database

	Destinasi camping			
94	Destinasi camping	Caldera Indonesia	Jl. Guntur No.57, RT.13/RW.5, Ps. Manggis, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12970	Phone: (021) 28541771
95	Destinasi camping	Camp Hulu Cai - Jakarta Sales Office Representatif	raya, Jl. Lauser No.3, RT.10/RW.3, Gunung, Kebayoran Baru, South Jakarta City, Jakarta 12120	Phone : 0822 - 1119 7775
96	Destinasi camping	Buni Ropes Camp	Jalan Ki Hajar Dewantara No. 6X, RT 01 / RW 05, Sawah Lama, Ciputat, Sawah Lama, Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15413	Phone: 0812-9463-0603
97	Destinasi camping	PT. Cad Camp Nusantara	Perum Pondok Cipta Blok D No.54, Bintara, Bekasi Barat, Bintara, Bekasi Bar., Kota Bks, Jawa Barat 17134	Phone: (021) 89451854
98	Destinasi camping	Camping Ground Jayatama	Jatimekar, Jatiasih, Bekasi City, West Java 17422	Phone: 0878-7018-1900
99	Destinasi camping	Sewa Alat Camping/Hiking Akar Adventure	Jl. Elang 11, Cimuning, Mustikajaya, Kota Bks, Jawa Barat 17155	Phone: 0896-7377-5995
100	Destinasi camping	Santa Monica Resort Indonesia Office	Jl. Teluk Betung No.43, RT.4/RW.1, Kebon Melati, RT.4/RW.1, Kb. Melati, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10230	Phone: (021) 3151757
101	Destinasi camping	Arus Liar Adventure	Jl. Kemang Raya No.31, RT.13/RW.1, Bangka, Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12730	Phone: (021) 22707917
102	Destinasi camping	Camping Sentul Adventure	Hambalang, Citeureup, Bogor, West Java 16810	Phone: 0812-8468-3295
103	Destinasi camping	TEMPAT CAMPING DI BOGOR	Jl. Villa Pancawati, Pancawati, Caringin, Bogor, Jawa Barat 16730	Phone: 0813-1040-6966
104	Destinasi camping	BASE CAMP VIP	Jl. Bhakti, RT/RW 006/010 No.76Tugu, Tugu, Cimanggis, Kota Depok, Jawa Barat 16451	Phone: 0821-2593-4422
105	Destinasi camping	Citra Alam Lakeside	Jalan Kertamukti, Jalan Cirendeude Raya, Jl. Pisangan Raya No.121, Cireundeude, Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419	Phone: (021) 7310249

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.3 Contoh Konten untuk Website

LICENSE AGREEMENT – EXHIBITION RULES AND REGULATIONS

1. TERMS OF REFERENCE

- A. In the rules and regulations for participation in SPOEX2019, the term "exhibitor" shall include all employees, servants and agents of any individual company, partnership firm or organization who have applied for space for the purpose of exhibiting.
- B. The term "Exhibition" shall mean the Seoul International Sports & Leisure Industry Show 2019 (SPOEX2019).
- C. The term "Organizer" shall mean Korea Sports Promotion Foundation and Korea International Trade Association which is authorized to organize the exhibition.

2. APPLICATION FOR PARTICIPATION

- A. All application for participation shall be made on the prescribed application form, which shall be submitted, to the organizer or his representatives.
- B. The contract shall be established when the exhibitor submits the application form duly signed and pays the organizer the participation fee in full of the space and/or shell stand costs. The organizer, however, may defer or refuse the acceptance of an application in the event that sufficient space is not available or the announced exhibit is considered by organizer not germane to the exhibition.

3. ALLOCATION OF EXHIBIT SPACE

- A. The organizer shall allocate the space in accordance with the order of application, size of the space applied for, the nature of the exhibits or in the manner the organizer deems fit.
- B. The organizer shall reserve the right to change the location and/or the size of the space allocated to the exhibitor at any time prior to the commencement of the build-up of the exhibition, should exceptional circumstances demand, and the exhibitor shall have no claim for compensation as a result of changes.

4. USE OF EXHIBIT SPACE

- A. Exhibitors are bound to exhibit the announced products and to staff the stand with competent personnel during the whole period of the exhibition.
- B. All exhibits must accord with the description on the application form, and be related to the theme of the exhibition. Public auctions without permission of the organizer are strictly prohibited. If the exhibitor violates the above-mentioned rules, the organizer can stop the exhibitor's activity, remove his/her exhibits or order the dismantling of his/her booth. In this case, the participation fee shall not be refunded and the exhibitor shall have no claim for compensation.
- C. Exhibits cannot be removed from the stand until after the close of the exhibition.
- D. Exhibitors are not allowed to sublet space allotted to them to other parties, either wholly or in part,

7. BREACH OF CONTRACT AND WITHDRAWAL BY EXHIBITOR

- A. In the event of abandonment or rejection of all allocated space, the organizer has the right to cancel the exhibitor's application. In this case, the participation fee already paid will not be refunded, unless abandonment or rejection of allocated space as a result of force majeure.
- B. In the event of partial abandonment or rejection of the allocated space, the exhibitor shall forfeit the application fee already paid for the abandoned or rejected space, unless the act of withdrawal was a result of force majeure. And if the participation fee has not been paid fully, the exhibitor shall pay the remaining amount of the participation fee by the due date for all the space initially applied for.

8. CANCELLATION AND CHANGES OF THE EXHIBITION

In the event of the cancellation of the exhibition by the organizer, the participation fee paid will be refunded. But if the cancellation was caused by force majeure, the fee will not be refunded. The organizer reserves the right to change the venue and duration of the exhibition if exceptional circumstances demand. In this case, the fee paid will not be refunded and the exhibitor shall have no claim for the compensation as a result of the changes.

9. CONSTRUCTION AND DECORATION OF STAND AND DISPLAY

- A. In the construction and decoration of the stand, all exhibitors and their stand contractors must comply with the technical regulations set forth by CDEX.
- B. Modifications including decorations such as painting the floor, ceiling and pillars will not be permitted. The exhibitor shall be responsible for compensating any damages to the exhibition hall.
- C. All exhibitors must complete their construction and/or decoration, and move-in and display of exhibits by the date and time stipulated by the organizer.

10. MOVEMENT OF EXHIBITS AND STAND FITTINGS

Exhibitors shall remove all exhibits and stand fittings from the exhibition hall within the period stipulated by the organizer and indemnify the organizer against any cost incurred by reason of delay or damage to the exhibition hall.

11. SECURITIES, RISK AND INSURANCE

- A. The organizer shall reserve right to limit any constructions or demonstrations that pose potential safety hazards.
- B. The exhibitors shall be held responsible for any loss or theft of, or damage to exhibits, stand fittings or any article belonging to the exhibitor during the construction, exhibition and dismantling periods.

3.3.3 Membuat Presentasi

Sebagai seorang *content writer*, penulis juga bertanggung jawab untuk setiap materi yang akan dipresentasikan kepada klien maupun kepada tim internal, hal ini untuk memastikan agar materi yang ingin disampaikan menjadi menarik, jelas dan tidak menimbulkan ambiguitas. Penulis juga diberikan kesempatan untuk bertanggung jawab dalam pembuatan materi presentasi yang dilakukan secara internal maupun eksternal.

Menurut Djoko Purwanto (2013,h. 248), ada beberapa hal yang harus dipersiapkan untuk membuat presentasi bisnis yang menarik, hal hal tersebut adalah:

- a. Penguasaan terhadap topik atau materi yang akan dipersembahkan
- b. Penguasaan berbagai alat bantu presentasi dengan baik.
- c. Menganalisis siapa audiens anda
- d. Menganalisis berbagai lingkungan , lokasi atau tempat untuk presentasi.

Dari ke empat hal diatas, bagian penguasaan topik serta alat bantu presentasi merupakan salah satu bagian dari pekerjaan tim konten di PT Rajawali Pacific Internusa. Penulis pun berkesempatan untuk bertanggung jawab untuk beberapa materi presentasi yang ingin digunakan untuk meeting dengan klien ataupun internal.

3.3.4 Content Marketing

Content Marketing merupakan suatu strategi pemasaran untuk mendistribusikan, merencanakan serta membuat suatu isi konten yang menarik dengan tujuan untuk menarik target pasar serta mendorong mereka menjadi customer suatu perusahaan. Menurut Karr (2016,h. 112) content marketing memiliki 5 dimensi :

1. Reader Cognition

Suatu tanggapan dari suatu customer mengenai isi konten suatu perusahaan apakah konten tersebut mudah dipahami maupun dicerna termasuk *interaksi visual, audible*, maupun *kinesthetic* diperlukan untuk menjangkau semua pembaca

2. Sharing Motivation

Suatu hal yang sangat penting di dalam dunia sosial ini. Ada beberapa alasan suatu perusahaan berbagi konten. Selain itu meningkatkan value perusahaan, menciptakan *identity* perusahaan, namun juga untuk memperluas jaringan pasar mereka

3. *Persusasion*

Dimana suatu konten dapat menarik konsumen untuk datang dan terdorong untuk menjadi *customer*

4. *Decision Making*

Setiap individu memiliki hak untuk mengambil suatu keputusan. Terkadang suatu keputusan di pengaruhi oleh kepercayaan terhadap suatu perusahaan, fakta yang ada,serta emosi yang timbul

5. *Factors*

Faktor – faktor lain juga turut mempengaruhi konten yang disajikan seperti perusahaan, teman maupun keluarga

Penulis sebagian besar mengerjakan pekerjaan *Content marketing* khusus nya *website* di PT Rajawali Pacific Internusa. Setiap minggu pasti ada mengerjakan *website* “ *Camping & Picnic Fair*” dan “ *SPOEX 2019*”

3.4 Kendala Proses Kerja Magang

Kendala yang dialami penulis selama melakukan praktik kerja magang adalah sebagai berikut :

1. Kendala dalam komunikasi antara tim *design* dan tim *content writer*.
2. Kurangnya sumber daya manusia di dalam tim *content writer* sehingga satu orang bisa menangani lebih dari 1 klien dan membuat fokus terpecah.
3. Perusahaan tersebut belum menggunakan social media (Instagram, Twitter, Youtube) dampaknya bagi *client* saat penulis menawarkan jasa nya untuk mengurus event tersebut maka *client* tidak tahu latar belakang perusahaan ini.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

1. Penulis mengajukan ide tim *design* dan tim *content writer* selalu membereskan sesuatu *project* satu per satu, jika *project* satu belum selesai tidak akan menerima *project* yang lain.
2. Menambah jumlah SDM yang memiliki kompetensi sebagai *content writer* dan *researcher*
3. Penulis membuatkan social media perusahaan seperti Instagram, twitter, dll.

