

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi


Selama mahasiswa melakukan praktik kerja magang di PT Sinar Mas Land, mahasiswa bekerja dalam divisi *Marketing Communication* dan dibimbing langsung oleh Merly Sardy selaku pembimbing lapangan yang menjabat sebagai *Promotion Staff*. Mahasiswa diberikan kepercayaan oleh Merly Sardy untuk melakukan beberapa pekerjaan terkait dengan media *Out Of Home* yang merupakan media pemasaran yang dapat dijumpai ketika sedang bepergian ke luar rumah. Radius wilayah yang dipantau oleh mahasiswa yaitu media-media *Out Of Home* yang terpampang di sekitar BSD, baik yang menggunakan *LED Screen* maupun *billboard* yang terpasang di jembatan penyeberangan orang dan sudut-sudut tertentu.

Mahasiswa yang berada di bawah divisi *Marketing Communication* memiliki beberapa tugas yang harus dikerjakan, seperti merencanakan strategi dalam pemasangan iklan di titik tertentu, melakukan pendataan terkait media *OOH* secara berkala, dan melakukan pengecekan terhadap media *OOH* yang nantinya akan berkaitan dengan proses pendataan media *OOH*. Penggunaan *OOH* sebagai media promosi termasuk ke dalam aktivitas promosi *above the line* atau yang biasa disebut dengan *ATL*. Pengetahuan mengenai *Out Of Home* ini berkaitan dengan salah satu mata kuliah yang dipelajari di Universitas Multimedia Nusantara pada saat semester 3, yaitu mata kuliah *Introduction to Advertising*. Dalam mata kuliah tersebut, mahasiswa diberikan pemahaman mengenai dunia pemasaran serta cara-cara dalam melakukan sebuah pemasaran dan promosi. Setelah memelajari mata kuliah tersebut, mahasiswa paham mengenai perbedaan aktivitas promosi *above the line*, *below the line*, dan *through the line*. Selain mengurus beberapa pekerjaan terkait media *OOH*, sesekali mahasiswa juga dilibatkan dalam proses perencanaan pembuatan souvenir untuk keperluan promosi

PT Sinar Mas Land, seperti *tumbler*, kalender, *mouse pad*, *paying*, *topi*, dan lain sebagainya. Hal ini berkaitan dengan pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara terkait materi *promotion* yang terdapat dalam *marketing mix*.

Setiap mahasiswa menyelesaikan pekerjaannya, mahasiswa melaporkannya dalam bentuk *timesheet* yang akan diberikan kepada Sinar Mas setiap akhir bulannya. Seluruh pekerjaan mahasiswa dicatat dalam *timesheet* dan diberikan kepada pembimbing magang di kantor agar menjadi pertanggungjawaban atas pekerjaan yang dilakukan mahasiswa di bulan tersebut.

Gambar 3.1 Timesheet Kerja

Nama :	Robbie Aditya Halimawan	Hari/Tanggal	Senin, 2 November 2020		
NRK :	-				
Periode WFH :	2 - 6 November 2020				
	Aktivitas Yang Dilakukan				
Jam	2-Nov	3-Nov	4-Nov	5-Nov	6-Nov
08.30 - 09.30	Planning untuk pekerjaan hari ini	Planning untuk pekerjaan hari ini	Planning untuk pekerjaan hari ini	Planning untuk pekerjaan hari ini	Planning untuk pekerjaan hari ini
09.30 - 10.30	Membuat template laporan OOH bulan April	Membuat template laporan OOH bulan Mei	Membuat template laporan OOH bulan Juni	Membuat template laporan OOH bulan Juli	Keliling Cek OOH
10.30 - 11.30					
11.30 - 12.30	Istirahat	Istirahat			
12.30 - 13.30	Membuat template laporan OOH bulan April	Membuat template laporan OOH bulan Mei	Membuat template laporan OOH bulan Juni	Membuat template laporan OOH bulan Juli	Keliling Cek OOH
13.30 - 14.30					
14.30 - 15.30					
15.30 - 16.30					
16.30 - 17.30					
Setelah WFH	Dibuat oleh	Disetujui oleh Atasan			
	 Robbie Aditya Halimawan				

Sumber Data Perusahaan, 2020.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada minggu pertama, mahasiswa dikenalkan dengan pekerjaan-pekerjaan yang harus diselesaikan oleh mahasiswa yang sedang melakukan praktik kerja magang. Selain itu, mahasiswa diberikan pemahaman terlebih dahulu mengenai titik-titik media *Out Of Home* yang tersebar di sekitar area BSD. Setelah mengetahui bahwa terdapat beberapa titik yang tersebar di area BSD, mahasiswa diminta untuk mengerjakan laporan bulanan yang setiap bulannya harus dilaporkan kepada pihak Sinar Mas dalam bentuk *powerpoint*. Mahasiswa benar-benar dibimbing sampai mengerti pekerjaan-pekerjaan mendasar yang harus dikerjakan oleh mahasiswa.

Pada minggu selanjutnya, mahasiswa mulai dilibatkan dengan perencanaan iklan yang akan dimuat dalam media *Out Of Home* baik yang berbentuk *LED Screen* maupun yang berbentuk *billboard* yang terpampang di jembatan penyeberangan orang dan titik-titik tertentu di sekitaran area BSD. Materi *Out Of Home* biasanya didapat dari vendor yang memberikannya untuk dimuat dalam media *Out Of Home*. Pekerjaan ini dilakukan secara berulang setiap bulan nya dan mahasiswa bertanggung jawab untuk turut ikut serta dalam proses pendataan dan perencanaan media *Out Of Home*.

Selama melakukan praktik kerja magang, mahasiswa ditugaskan dalam tahap perencanaan dan *monitoring*, sedangkan untuk tahap implementasi dikerjakan oleh divisi *Residential & Commercial* yang diluar tanggung jawab dari mahasiswa.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Pelaksanaan Kerja Magang

Mahasiswa memberikan kontribusi dalam implementasi kegiatan *Out Of Home Advertising* yang meliputi proses *planning* dan manajemen sebuah iklan yang akan dimuat dalam media *OOH* milik Sinar Mas Land dan bertanggung jawab dalam proses pendataan iklan-iklan yang dimuat dalam media-media *OOH* yang tersebar di area BSD. Manajemen media

terdiri dari 3 tahapan, yaitu perencanaan media, pelaksanaan media, dan evaluasi/*monitoring* media. Berikut adalah penjelasan mengenai tiga tahapan tersebut.

1. Perencanaan

Media *Out Of Home Advertising* merupakan media promosi yang bisa dijumpai pada saat sedang berada di luar rumah, seperti *billboard*, *LED Screen*, *Videotron*, dan lain sebagainya. Media *Out Of Home Advertising* sering dijumpai di jalan-jalan besar di Indonesia dan pada umumnya berbentuk *billboard*. Pada masa sekarang ini, *Out Of Home Advertising* juga bisa dijumpai di beberapa fasilitas umum seperti *airport*, jembatan penyeberangan orang, dan lain sebagainya. (Kelley, 2014, p. 139)

Mahasiswa bertanggung jawab dalam melakukan perencanaan serta pendataan setiap iklan yang ditayangkan melalui media *Out Of Home* milik Sinar Mas Land di area BSD. Pergantian iklan di tiap-tiap *LED Screen* dan *billboard* dilakukan setiap beberapa bulan sekali karena menyesuaikan dengan vendor yang ingin menayangkan iklan serta produk-produk dari Sinar Mas Land yang akan ditayangkan juga dalam media *Out Of Home* tersebut.

Mahasiswa ikut serta dalam proses *planning* dengan tujuan untuk menentukan apakah iklan tersebut akan dipasang di titik tersebut atau tidak. Proses *planning* tersebut melibatkan berbagai data seperti jumlah kendaraan roda dua dan roda empat yang melewati titik tersebut, serta jam-jam tertentu yang sekiranya dilewati oleh lebih banyak kendaraan. Semakin banyak kendaraan yang melewati titik tersebut, maka semakin efektif jika ingin memasang sebuah iklan. Pada umumnya, iklan yang dimuat dalam media *Out Of Home* yang ramai dilewati oleh kendaraan adalah iklan property milik PT Sinar Mas Land seperti *Cluster Zora*, *Cluster Zena*, promosi program PT Sinar Mas Land yang bernama *Move In Quickly*, dan property-properti milik PT Sinar Mas Land lainnya.

Program *Move In Quickly* merupakan program yang dibuat oleh PT Sinar Mas Land untuk memberikan keringanan bagi para konsumen yang ingin membeli rumah, apartemen, kios, ruko, dan kaveling yang nantinya akan dibangun di kota-kota besar yang

dinilai cukup berpengaruh. Program *Move In Quickly* terbagi menjadi tiga periode, yang pertama dimulai dari bulan Maret 2020 sampai Juni 2020, periode ke dua dimulai dari bulan Juli 2020 sampai September 2020, dan periode ke tiga dimulai dari bulan Oktober 2020 sampai Desember 2020. Iklan properti seperti ini dinilai cukup berpengaruh dan dicari oleh sebagian besar masyarakat karena menawarkan promosi berupa keringanan dalam membeli sebuah rumah, ruko dan lain sebagainya. Iklan seperti ini akan dimuat di titik yang ramai dilewati oleh orang-orang, baik yang menggunakan roda dua maupun roda empat. Selain itu, iklan ini juga lebih cocok jika dimuat di titik perempatan yang terdapat lampu merah karena orang-orang akan memiliki waktu untuk melihat iklan tersebut dan mencerna informasi yang tertera pada *LED Screen* dan *billboard*. Berikut adalah bentuk iklan *Move In Quickly* yang dimuat dalam media *Out Of Home* milik PT Sinar Mas Land. Berikut adalah hasil perencanaan media yang dilakukan mahasiswa bersama dengan tim.

Gambar 3.3.1.1

LED

JADWAL PEMASANGAN LED
- JL. TOL JAKARTTA - MERAK, TOL PO. INDAH - BSD & LOKASI BSD CITY
Per. Juni 2020

No.	LED	Juni																														Product
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
5	LED Taman Pemasa Siana lk. 2 x 4 M x 1 muka horizontal	Konsen																														Aptera
		MNO																														MSQ
		H2																														HT
6	LED UOB Plaza Thamrin lk. 7 x 14 M x 1 muka vertical	Konsen																														Comn
		MNO																														MSQ
		H2																														HT
7	LED ICE BSD lk. 5 x 10 M x 1 muka horizontal	Konsen																														Comn
		MNO																														MSQ
		H2																														H2HT
8	Mikemon Rawas Bumi BSD lk. 1 x 2 M x 20 x 1 Muka Vertical	Konsen																														HT
		MNO																														MSQ
		H2																														HT
9	LED East Urban Valley (EUD 55) lk. 8 x 10 M x 1 Muka Horizontal	Konsen																														Comn
		MNO																														MSQ
		H2																														HT
10	LED Heav BSD lk. 2 x 3 M x 28 Muka Vertical	Konsen																														Comn
		MNO																														MSQ
		H2																														HT

Iklan yang berisi informasi mengenai unit *Cluster* yang dijual oleh PT Sinar Mas Land dimuat pada media *Out Of Home Advertising* yang banyak dilewati oleh kendaraan, seperti *Outer BSD & Inner BSD* yang meliputi jalan tol Karang Tengah, dengan view dari Kota Jakarta menuju Tangerang (BSD) dan sebaliknya karena titik tersebut selalu ramai dilewati oleh kendaraan roda empat yang melintas. Dalam radius *Inner BSD* sendiri, penempatan iklan properti milik PT Sinar Mas Land dimuat di titik Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) di Kawasan Ruko Tol Boulevard (RTB) karena titik tersebut dilewati oleh kendaraan yang keluar tol BSD dan kendaraan yang melalui jalan daerah Tangerang.

2. Pelaksanaan

Proses pelaksanaan atau implementasi pada umumnya berisi proses penginstalasian materi iklan yang akan dimuat di titik-titik tertentu. Divisi yang bertanggung jawab dalam proses penginstalasian iklan adalah Divisi *Residential and Commercial*.

3. Evaluasi/*Monitoring*

Proses pendataan atau evaluasi materi *Out Of Home* dibuat dengan beberapa format, salah satunya adalah dalam format *powerpoint*. Foto yang diambil pada saat melakukan pengecekan iklan di media *Out Of Home* sekitar BSD dimasukkan per-*slide* sesuai dengan titik-titik yang sudah ditentukan. Berikut adalah contoh-contoh hasil pendataan atau evaluasi yang dilakukan.

Selama proses evaluasi, mahasiswa bersama dengan Merly Sardy selaku supervisi yang membimbing mahasiswa melakukan proses media monitoring yang bertujuan untuk melihat keadaan titik-titik *Out Of Home* yang tersebar dan bagaimana kondisinya. Selain melihat kondisi dari titik tersebut, pencatatan mengenai iklan yang dimuat juga diperlukan dalam proses media monitoring. Hal tersebut berguna agar bisa mengetahui berapa lama iklan tersebut akan dimuat di titik tersebut dan kapan iklan tersebut akan digantikan dengan iklan yang sudah terjadwal sebelumnya di

bulan-bulan tertentu.

Gambar 3.3.1.2

Week 1 Monitoring Date : 05 Agustus 2020

LED East Urban Valley (CBD 55)



- Current Ad :
- MIQ KV 2
- Housing 1
- Freja Suites
- Commercial
- R & H
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik

www.sinarmasland.com

Sinar Mas Land @sinarmas_land

sinarmas land
Building for a better future

Gambar 3.3.1.3

Week 1 Monitoring Date : 05 Agustus 2020

JPO depan Wisma BCA



View Giant – ITC BSD

- Current Ad : Digital Loft
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik



View ITC BSD – Giant BSD

- Current Ad : MIQ 2020
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik

www.sinarmasland.com

Sinar Mas Land @sinarmas_land

sinarmas land
Building for a better future

Gambar 3.3.1.4

LED ICE BSD

Week 1 Monitoring Date : 05 Agustus 2020



- Current Ad :
- MIQ 2020
- Housing 2
- CSR
- R & H
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik

www.sinarmasland.com

f Sinar Mas Land @sinarmas_land

sinarmas land
Building for a better future

Gambar 3.3.1.5

JPO Dpn Sektor 7 / 4

Week 1 Monitoring Date : 05 Juli 2020



View BSD Plaza – BSD Junction



View BSD Junction – Entry Gate

- Current Ad : Commercial
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik

- Current Ad : MIQ 2020
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik

www.sinarmasland.com

f Sinar Mas Land @sinarmas_land

sinarmas land
Building for a better future

Gambar 3.3.1.6

Week 1 Monitoring Date : 05 Juli 2020

JPO depan Ruko Tol Boulevard



- Current Ad : MIQ
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik

View The Green – Giant BSD

www.sinarmasland.com
Sinar Mas Land @sinarmas_land

Gambar 3.3.1.7

Week 1 Monitoring Date : 05 Juli 2020

JPO depan Wisma BCA



- Current Ad : Commercial
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik

View Giant – ITC BSD



- Current Ad : MIQ 2020
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik

View ITC BSD – Giant BSD

www.sinarmasland.com
Sinar Mas Land @sinarmas_land

Gambar 3.3.1.8

Week 1 Monitoring Date : 05 Juli 2020

JPO Ktr Pemasaran lama



View Entry Gate - BSD Plaza

- Current Ad : MIQ 2020
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik



View BSD Plaza - Entry Gate

- Current Ad : Zena H1
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik

www.sinarmasland.com
Sinar Mas Land @sinarmas_land



Gambar 3.3.1.9

Week 1 Monitoring Date : 05 Juli 2020

Fly Over Kebon Nanas-Tangerang



View Tangerang - BSD

- Current Ad : MIQ 2020
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik

www.sinarmasland.com
Sinar Mas Land @sinarmas_land



Gambar 3.3.1.10

Week 1 Monitoring Date : 05 June 2020

Perempatan SWA

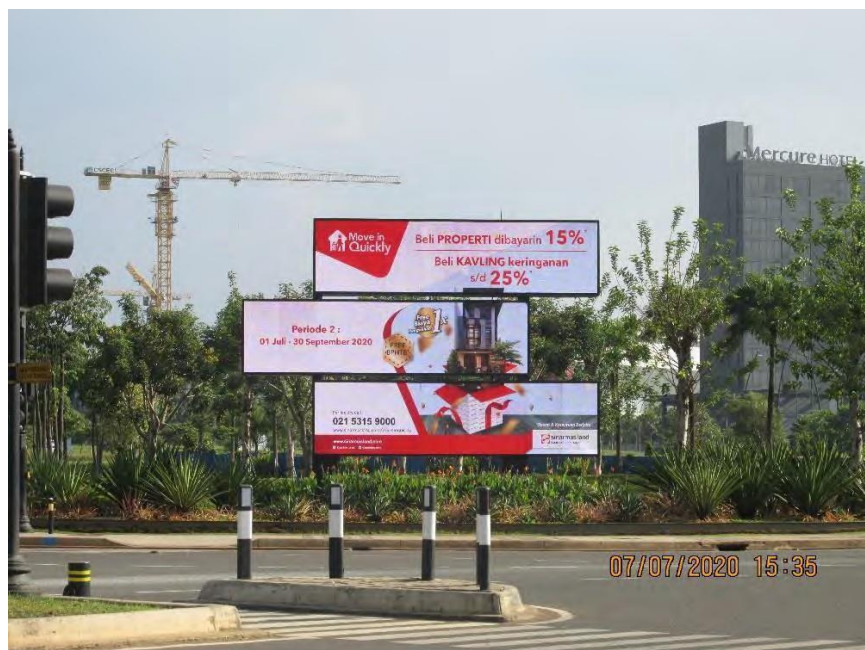


- Current Ad : MIQ
- Remark : On Schedule
- Condition : Baik

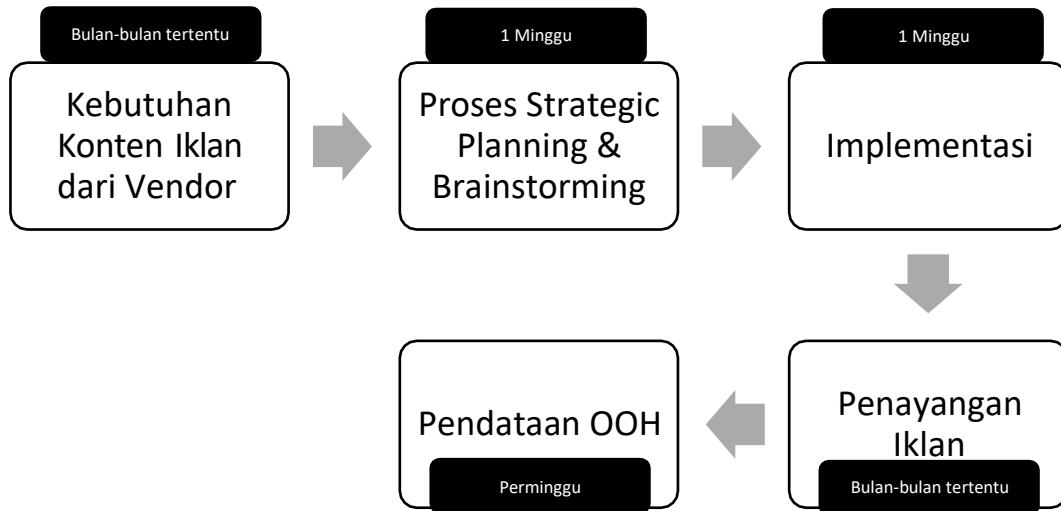
View Giant BSD - SWA



Gambar 3.3.1.11



Bagan 3.1 Diagram Alur Kerja



Sebagian besar iklan yang dimuat dalam media *Out Of Home Advertising* adalah property milik PT Sinar Mas Land berupa *Cluster* dan promosi terkait pembelian unit *Cluster* tersebut. Strategi yang dilakukan untuk memuat iklan tersebut diimplementasikan sesuai dengan target audiens yang ingin disasar oleh PT Sinar Mas Land, yaitu kalangan anak muda dan orang-orang tua yang ingin membeli rumah dan unit apartemen untuk ditinggali atau sekedar berinvestasi di property milik PT Sinar Mas Land. Pengadaan Titik Media Luar Ruang (*Out Of Home*) mencakupi beberapa aspek, yaitu lokasi yang strategis dan berdekatan dengan *venue* yang diiklankan, lokasi yang berdekatan dengan *venue* yang menarik *traffic* banyak orang seperti *Convention Center*, *Mall*, perkantoran, dan lain sebagainya. Sebagai contoh adalah iklan *The Zora* yang merupakan *Cluster* yang berada di kawasan *Luxury Development BSD City* dan *Cluster* tersebut dibangun di area seluas 19 hektar yang terbagi menjadi 2 bagian, yaitu 5 *Cluster* dan 2 area komersil. Dengan kualitas property yang ditawarkan, maka pemilik iklan menginginkan konten iklan yang dimuat bisa dilihat oleh banyak orang yang tidak menutup kemungkinan tertarik dengan property yang ditawarkan atau memang sedang mencari hunian

baru di sekitar BSD. Iklan *The Zora* dimuat di *LED Screen* CBD 55 yang terletak di perempatan menuju area *The Breeze Green Office Park*. Lokasi tersebut dipilih karena dekat dengan pusat perbelanjaan *Aeon Mall* dan *ICE BSD* yang ramai dilewati oleh kendaraan, baik roda dua maupun roda empat.

3.3.2 Kendala dan Solusi

1. Kendala Proses Kerja Magang

Berikut adalah kendala-kendala yang dihadapi mahasiswa saat menjalani praktik kerja magang di PT Sinar Mas Land:

- a. Pengambilan foto iklan di titik tertentu terkadang tidak tepat waktu sehingga proses pendataan mengalami keterlambatan pada bulan tersebut.
- b. Terdapat beberapa perubahan *template* pendataan iklan sehingga mahasiswa mengulang kembali pekerjaan yang sudah dikerjakan sebelumnya.
- c. Data yang diperoleh dari proses *media management* terkadang tidak sesuai dengan data yang sudah diinput.

2. Solusi

Dari beberapa kendala di atas, mahasiswa menemukan solusi atas permasalahan tersebut, yaitu:

- a. Pentingnya membuat *deadline* dalam proses pengerjaan suatu pekerjaan, baik itu proses pendataan maupun proses *planning* suatu iklan yang akan dimuat di titik *Out Of Home* tertentu.
- b. Membuat sebuah kesepakatan di awal terkait pekerjaan yang akan dikerjakan agar tidak membuang-buang waktu dalam proses

pengerjaan tugas praktik kerja magang.

- c. Membuat sebuah kesepakatan di awal terkait pekerjaan yang akan dikerjakan agar tidak membuang-buang waktu dalam proses pengerjaan tugas praktik kerja magang.