

BAB 3 **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama penulis melakukan praktek kerja magang di iProspect Indonesia, penulis di tempatkan pada posisi *Marketing Communication Intern* di bawah naungan Delfi Kartikawati selaku *Marketing Communication Manager* dan pembimbing lapangan. Sebagai *Marketing Communication Intern*, tanggung jawab penulis yaitu membantu meringankan pekerjaan dari pembimbing lapangan. Dan tanggung jawab penulis selama praktek kerja magang adalah membuat *event calender* untuk melakukan *tracking* perjalanan *event* yang sedang berjalan atau sudah berjalan, mempersiapkan *content planning* yang akan di *upload* untuk Instagram milik iProspect Indonesia, membuat *copy* untuk *email* serta *ads*, mempersiapkan kebutuhan dan keperluan *event* internal maupun eksternal.

Selama penulis menjalankan praktek kerja magang, Delfi Kartikawati sebagai *Marketing Communication Manager* dan pembimbing lapangan selalu mendampingi dan mengajarkan kepada penulis mengenai pekerjaan-pekerjaan yang akan diberikan. Penulis melakukan praktek kerja magang secara WFH (*Work Form Home*), maka pekerjaan yang diberikan oleh Delfi Kartikawati dilakukan secara *online* seperti memberikan *briefing* pekerjaan dan *brainstorming* yang dilakukan disaat *meeting daily catch up* setiap hari senin melalui Microsoft Teams, melakukan update pekerjaan melalui Trello, Outlook dan menggunakan Google Sheets yang digunakan untuk *tracker* pekerjaan penulis.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang dilakukan

Selama penulis melakukan praktek kerja magang di iProspect Indonesia, peran utama penulis adalah sebagai pendukung setiap aktivitas *Marketing Communication* yang dilakukan oleh iProspect Indonesia. Pada awal masa kerja magang dimulai, Penulis diberikan target kerja magang yaitu mengurus sosial media khususnya Instagram, event internal dan eksternal. Tugas pertama yang diberikan yaitu informasi

mengenai peluncuran brand baru, sister company dari iProspect Indonesia yaitu Merkle Indonesia dan langsung dilibatkan dalam mengurus *event* dari peluncuran Merkle Indonesia pada tanggal 25 Agustus 2021, tugas kedua membantu persiapan *event* Merkle Indonesia dengan perusahaan MoEngage.

Namun aktivitas sehari-hari yang dilakukan selama melaksanakan kerja magang di divisi Marketing Communication adalah melakukan update sosial media seperti mempublish konten di *feeds* Instagram milik iProspect Indonesia, mempersiapkan kebutuhan-kebutuhan dari *event* internal.

Secara garis besar pekerjaan yang penulis lakukan selama menjadi *Marketing Communication Intern*, sebagai berikut:

1. Membantu *Marketing Communication Manager* mempersiapkan keperluan event internal dan eksternal.
2. Membantu *Marketing Communication Manager* yang berhubungan dengan vendor media.
3. Membuat *event report* yang akan diberikan kepada pembimbing lapangan dan memberikan hasil *event report* tersebut saat *monthly huddle*.
4. Membuat sertifikat dan *copy email*.
5. Penulis diwajibkan untuk selalu hadir dalam meeting supaya penulis mengetahui alur pekerjaan yang harus di kerjakan, selain itu penulis juga membuat *Minutes of Meeting (MoM)* yang akan diberikan kepada *Marketing Communication Manager* untuk di *approved*.
6. Memasukkan daftar *new employee* di Mailchimp.
7. Membuat *content pilar* yang dijadikan acuan penulis ketika membuat konten Instagram dan membuat konten berserta *caption* setiap bulan untuk Instagram milik iProspect Indonesia.
8. Membuat *event tracker calender* penulis dan *Marketing Communication Manager* mengetahui perjalanan *event*.
9. Membantu *Marketing Communication Manager* dalam mempersiapkan *Campaign Agency of The Year 2021*, sebuah kompetisi agensi.

10. Membuat *Terms of Reference* (TOR) dan *question* untuk *panelist*.
11. Pekerjaan tambahan yang diberikan yaitu membuat *liase invoice*, *invoice paid* media, membuat *marketing release individuals*, mencari vendor untuk *package invitations*, membuat *caption* untuk Instagram Dentsu Indonesia, membuat *press release* Dentsu x Nestlé dalam rangka Dentsu Indonesia menang mandat Nestlé *media*

Berikut penulis table mengenai pekerjaan yang penulis kerjakan setiap minggu:

MINGGU KE	JENIS PEKERJAAN YANG DILAKUKAN MAHASISWA
1	<ul style="list-style-type: none"> • Diberikan google drive berisikan <i>asset</i> iProspect Indonesia • Membuat Trello, untuk diberikan tugas dan <i>update</i> pekerjaan. • Membuat <i>copy email</i> untuk jurnalis dalam rangka <i>launching Merkle Launch</i>. • Daily meeting, membantu merapikan <i>deck tapping speaker</i> Rahul Nambiar. • Mengerjakan syarat dan ketentuan jurnalis kompetisi menggunakan Kop Dentsu. • Membuat konten <i>e-commerce</i>, 17 agustus dan <i>story game</i>. • Mengerjakan <i>caption</i> dan <i>email</i> untuk keperluan <i>Treasure Data</i> • Membuat <i>goal achievement</i> untuk sosial media dan <i>event</i>. • Membuat <i>caption</i> untuk Dentsu. • <i>Quick catchup</i> untuk merkle <i>launch</i>.
2	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Daily catch up</i>. • Upload konten di Instagram. • Melakukan konten <i>interview</i> untuk 4 komunitas di iProspect Indonesia. • Membuat post <i>event follow up email</i> untuk <i>client</i> • Meeting bersama IT untuk <i>test sound Merkle Launch</i>. • D-DAY Merkle <i>Launch</i>. • <i>Monthly review</i>. • Membuat <i>report event Merkle Launch</i>. • <i>Meeting synergy sharing</i>. • <i>Monthly Huddle</i>.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Meeting harian bersama <i>line manager</i>. • Mengerjakan konten untuk Instagram. • Membuat keperluan <i>email invitation</i> untuk <i>Merkle Sharing Session</i> untuk <i>Human Research</i>. • Membuat <i>email invitation</i>. • Merapikan <i>database</i> yang berisikan data <i>client</i>.

4	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat konten internal. • Mengerjakan Merkle <i>event report</i>. • Mengerjakan Merkle <i>PR Value</i>. • Meeting bersama kaya tea dan MoE untuk keperluan <i>hampers invitation</i>. • <i>Meeting discussion</i> bersama MoE setiap hari rabu. • Membuat konten Instagram. • Membuat <i>virtual background</i> untuk <i>world smile day</i>. • Penilaian Merkle <i>Journalist Writing Competition</i> bersama dengan <i>line manager</i> dan <i>Senior Content Writer</i>
5	<ul style="list-style-type: none"> • Menghubungi vendor <i>hampers</i>, <i>follow up</i> vendor • <i>Daily catch up</i>. • Membuat <i>brief KV</i> ke tim <i>Graphic Designer</i> untuk <i>CXM Roundtable powered by MoEngage x Merkle</i>. • Membuat <i>draft email</i> untuk pemenang Merkle kompetisi. • Membuat <i>brief</i> revisi <i>visual</i> dari internal <i>sharing</i> kepada <i>Graphic Designer</i>. • Mengerjakan Merkle <i>report event</i>. • Follow up <i>Graphic Designer</i> mengenai <i>key visual CXM Roundtable</i> dan internal <i>sharing</i>.
6	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Daily catch up</i> bersama <i>line manager</i> untuk diberikan tugas dan <i>update</i> pekerjaan. • Mengurus vendor <i>hampers</i> (keperluan yang menunjang <i>hampers</i>). • Memberikan content di <i>box hampers</i> kepada vendor. • Membuat letter consent dan dikirimkan kepada tim <i>legal</i> untuk di check. • Membuat <i>banner</i> untuk binus expo (<i>iProspect</i> dan Merkle). • <i>Dry run</i> untuk Merkle <i>Sharing Series #1</i> • Membuat <i>slide quiz</i>, <i>rundown</i>, <i>deck</i> untuk Merkle <i>Sharing Series #1</i> Dhitami.
7	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Quotation</i> untuk event <i>CXM Roundtable</i> • Membuat transkrip (<i>Audio ke text</i>) dari Tokopedia untuk keperluan <i>Campaign Agency of The Year 2021</i>. • Merapikan <i>iProspect Indonesia Marketing Release for individuals</i> dan mengirimkannya ke tim legal untuk di periksa. • Mengirimkan <i>letter consent</i> ke <i>Client Partner</i> untuk diberikan kepada client • Membuat <i>handout</i> untuk <i>iP</i> dan Merkle keperluan Binus Expo • Follow up vendor <i>hampers</i> Tea Et All

8	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Question list</i> untuk <i>panelist CXM Roundtable</i> sesuai dengan TOR Merkle x MoE • Membuat <i>caption</i> untuk <i>blast, remarketing</i> dan <i>copy</i> untuk <i>invitations</i> acara • <i>Daily Catch-up meeting</i> • Mengikuti <i>meeting</i> MoEngage/SEA • Membuat konten Instagram untuk setiap bulan • Membuat sertifikat untuk pemenang <i>media writing</i> kompetisi
9	<ul style="list-style-type: none"> • Mengurus <i>invoice paid media</i> dan membuat <i>quotation</i> untuk MoEngage • Membantu mempersiapkan keperluan <i>Campaign AOY</i> • Melakukan <i>follow up</i> untuk penagihan <i>invoice</i> • <i>Daily catch up</i> • Mencari data <i>client</i> yang akan dikirimkan <i>hampers</i> • Follow up MoEngage mengenai pembayaran vendor IT sebelum acara <i>CXM Roundtable</i> • Membantu <i>line manager</i> membuat kolase keperluan AOY • Revisi <i>caption, question list</i> untuk <i>CXM Roundtable</i>
10	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Daily catch up</i> • Meeting bersama tim IT untuk keperluan <i>event CXM Roundtable</i> • Meeting bersama tim <i>Digital Traffic</i> untuk membahas <i>liase invoice</i> • Membuat detail rundown dan dikirimkan ke tim IT • Mengurus vendor <i>package invitations</i> • <i>Meeting kick-off</i> CXM Roundtable • Membuat text untuk di chatbox untuk CXM
11	<ul style="list-style-type: none"> • Event MoEngage x Merkle • Mendata <i>email pardot attendees</i> dan <i>pardot missed email</i> • Membuat angka persenan dari <i>event</i> MoEngage x Merkle • Mengkontak alamat pemenang dari <i>quiz</i> yang diadakan oleh <i>CXM Roundtable</i> • Merapikan database <i>rating</i> • Mengerjakan <i>branding page on partner</i> keperluan untuk Merkle
12	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Daily catch up</i> bersama <i>line manager</i> untuk diberikan tugas dan update mengenai pekerjaan. • Menghubungi <i>rrgraphdesign</i> untuk meminta <i>quotation</i> keperluan untuk Dentsu dan Nestlé • Merapikan <i>database event track</i> di google sheets • Mengurus hadiah <i>souvenir</i> untuk 6 pemenang (3 <i>quiz</i>, 3 pengisi <i>survey</i>) • Membuat konten untuk Instagram.

Tabel 3.1 Tugas yang dikerjakan

3.2.2 Uraian Pekerjaan

Penulis melakukan praktek kerja magang sebagai *marketing communication* intern, dalam buku *seventh edition marketing communications, Marketing Communication* merupakan sebuah metode, proses dan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi mengenai layanan dan merek (Fill, Turnbull, 2016). Berikut ini adalah uraian pelaksanaan kerja magang di iProspect Indonesia yang dikerjakan oleh penulis, berkaitan dengan aktivitas dari *Marketing Communication*.

1. Social Media

Dalam buku *The Social Media Marketing* mengatakan bahwa sosial media didefinisikan sebagai konteks dari pola media industri sebelumnya seperti media tradisional, televisi, radio, dan majalah (Zarella, 2009). Sosial media dapat meringankan pekerjaan sehingga tidak perlu membayar distributor untuk menayangkan informasi yang ingin di sampaikan kepada masyarakat.

Dikatakan dalam buku *social media management* media sosial dibagi menjadi beberapa bentuk dalam setiap dekade seperti *blog, microblog*, situs berbagi media, jejaring sosial situs ulasan. Media sosial menjadi salah satu yang dapat menarik perhatian, perusahaan harus memanfaatkan media sosial menjadi salah satu bagian dari strategi digital (Albarran., Moellinger, 2013).

Dalam menarik perhatian target khalayak diperlukan desain konten, isi konten dan *copy writing* yang menarik dan dapat menghibur. Menurut *The Content Marketing, Content Marketing* adalah aktivitas dari pemasaran yang dapat membantu sebuah perusahaan menjual produk, menawarkan layanan serta memberikan informasi gratis (Robert W. Bly, 2020). Seperti kata pepatah bahwa konten merupakan raja. *Content Marketing* adalah salah satu cara yang dapat dilakukan oleh organisasi atau perusahaan untuk menghasilkan prospek dan melibatkan perusahaan secara tidak langsung.

Untuk mengkomunikasikan brand iProspect Indonesia kepada khalayak, maka penulis diberikan tugas selama melakukan praktek kerja magang yaitu untuk membuat konten Instagram setiap bulannya dengan target empat *post*

feeds perbulan. Pertama penulis membuat *content pilar* yang dapat dijadikan acuan dalam membuat konten Instagram, sebagai berikut:

- 60% konten membahas mengenai daily activity dari iProspect Indonesia, seperti mempublish kegiatan *offsite activity* karyawan dan *event-event* internal, contoh konten *offsite activity* dan *event* internal, ditunjukkan dalam gambar dibawah ini.



Gambar 2.4 Offsite Activity Part 1

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

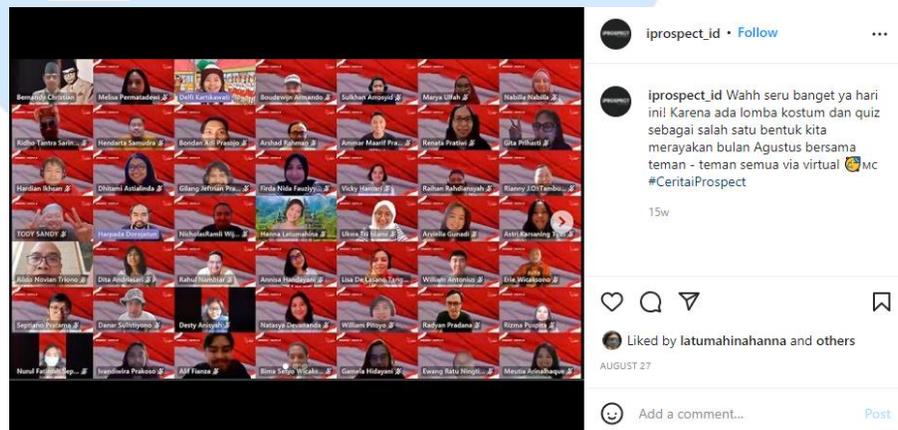
Internal offsite activity (pt 2)

Kembali lagi di #CeritalProspect Part 2, bulan lalu tujuh squad kami telah melakukan Offsite Activity dari berbagai kegiatan mulai dari painting, bowling, makan-makan, dan lain sebagainya. Semoga dengan kegiatan Offsite, tim iProspect semakin dekat kekerabatan satu dengan lainnya ya...

Yuk, lihat hasil foto dari keseruan mereka!



Gambar 2.5 Offsite Activity Part 2



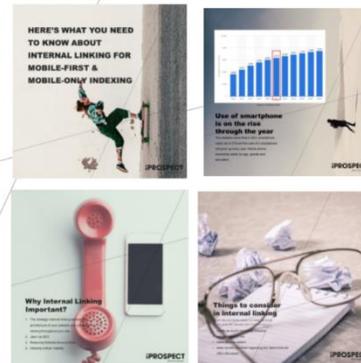
Gambar 2.6 Event Internal 17 Agustus 2021

- Konten di Instagram harus meliputi *service line* dari iProspect Indonesia dengan jumlah persentase 20%, contohnya yaitu penulis membuat konten Instagram iProspect Indonesia mengenai informasi *E-Commerce* content karena salah satu *service line* dari iProspect Indonesia adalah membantu *E-Commerce* perihal SEO. Berikut salah satu konten yang penulis pernah buat.

Internal Linking Mobile

Internal linking adalah salah satu cara yang bermanfaat banget nih untuk SEO karena dapat membantu google untuk mengindeks website kamu bukan hanya itu saja tapi dapat menghubungkan dua halaman di situs yang sama 📌

Internal linking juga dapat diterapkan untuk mobile, yuk kita simak hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan dalam internal linking mobile-first thinking

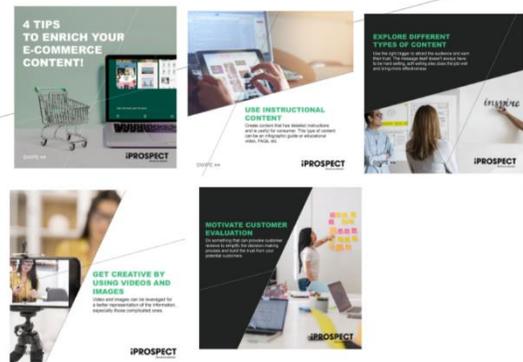


Gambar 2.7 Konten Internal Linking Mobile SEO

Copy :

Di zaman sekarang konten dibaratkan sebagai kunci kesuksesan dalam menyampaikan pesan apalagi untuk kamu yang sedang memasarkan produk di e-commerce.

Ini dia beberapa tips yang bisa kamu terapkan untuk menarik target sasaran kamu. Melalui konten kamu bisa menaikkan *engagement rate*.

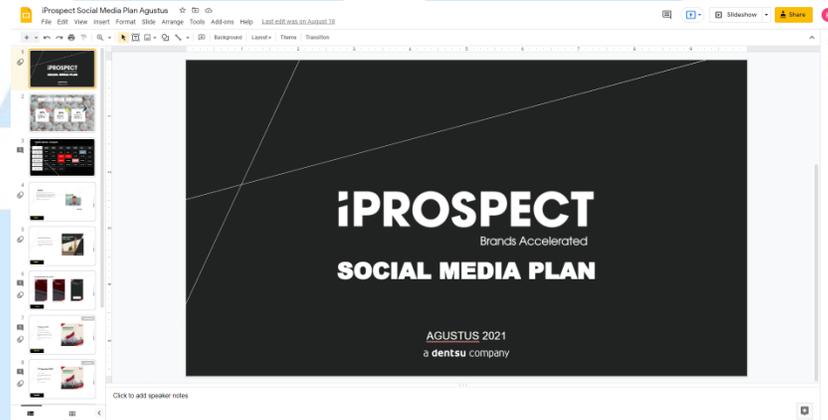


Gambar 2.8 Konten E-Commerce

- 20% penulis membahas mengenai kejadian yang sedang *trending*. Namun untuk pembuatan konten pilar ini, belum dieksekusi secara visual oleh penulis karena penulis lebih berfokus pada pembuatan konten pilar yang berbobot lebih besar.

Konten dibuat berdasarkan content pilar dan kumpulan ide kreatif dari penulis dan Delfi Kartikawati sebagai pembimbing lapangan, tentunya konten yang sudah selesai akan melewati tahapan revisi terlebih dahulu sebelum diunggah ke media sosial. Berikut

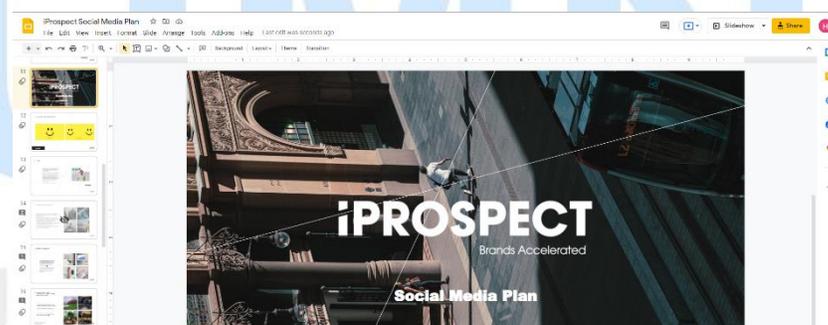
merupakan google slides yang digunakan penulis untuk menaruh konten dan revisi – revisi dari konten.



Gambar 2.9 Social Media Plan bulan Agustus 2021



Gambar 3.0 Social Media Plan bulan September 2021



Gambar 3.1 Social Media Plan bulan Oktober 2021

2. Event

Menurut McCartney (2010) *event* adalah alat untuk melakukan promosi dan menciptakan kesadaran dari para khalayak secara instan dengan tujuan dapat meminimalisir berita mengenai perusahaan yang dapat merusak citra

perusahaan. Didalam buku *event management*, event terdapat tiga urutan untuk bagaimana menangani *event management*, pertama *pre-event*, *event* dan ketiga adalah *post-event* (Kaur, 2013). Penulis menangani beberapa event selama praktek kerja magang, *event* pertama penulis dilibatkan dalam peluncuran Merkle Indonesia, *event* ke dua adalah *Event Merkle Indonesia* selanjutnya yaitu bekerjasama dengan MoEngage dengan tema event *CXM Roundtable*, dan ketiga *event* internal yaitu *Merkle Sharing Series* yang dibagi menjadi empat sesi.

Penulis akan menjabarkan pekerjaan dimulai dari *pre-eve*, *event* dan *post-event*, berikut penulis uraikan setiap pekerjaan yang dilakukan selama menangani *event management* Merkle Indonesia serta MoEngage x Merkle.

1. Merkle Indonesia

Dentsu Indonesia mengumumkan bahwa akan melakukan peluncuran merek baru, *sister company* dari iProspect Indonesia. merek baru yang dimiliki oleh Dentsu Indonesia adalah Merkle Indonesia dengan layanan yang diberikan adalah *Customer Experience Management (CXM)*. Merkle Indonesia dan iProspect Indonesia adalah *sister company* dibawah naungan PT. Valuklik. Pada tanggal 25 Agustus 2021, diselenggarakan *official launching* dari Merkle Indonesia. *Event* diadakan secara *online* situasi *offline* tidak memungkinkan dilakukan karena pandemic covid-19. Berikut penulis deskripsikan tugas selama *pre-event*, *event* dan *post-event*:

A. Pre-event

Dalam rangka *launching sister company* dari iProspect Indonesia, penulis diberikan pekerjaan sebelum event berlangsung yaitu membuat kompetisi untuk para jurnalis atau pers dengan tujuan jurnalis dapat membantu meningkatkan *awareness* masyarakat mengenai Merkle Indonesia.

The image shows three screenshots of a document titled 'PETUNJUK TEKNIS KOMPETISI' (Technical Competition Guidelines) for the 'JOURNALIST WRITING COMPETITION'. The document is from dentsu Indonesia and outlines the competition details.

Proses Kompetisi

Tanggal	Keterangan
25 Agustus	Konferensi pers berlangsung
13 September	Deadline pengumpulan
17 September	Penyumuman pemenang via email

Cara Pendaftaran

Peserta diwajibkan untuk mengisi form pengumpulan artikel yang akan diupload oleh panitia penyelenggara setelah berita dipublikasikan.

Berikut tautan untuk form pengumpulan:
<https://forms.gle/5mZtYp3m8ab0Gt13>

Hadiah Pemenang

- Juara 1 : Rp 3.000.000
- Juara 2 : Rp 1.500.000
- Juara 3 : Rp 500.000

Juri Penilaian

- Toni Arianto - Senior Advisor dentsu Indonesia
- Deff Karliawan - Marketing Communication Manager - iProspect & Merkle Indonesia
- Huhamul Jumardan - Senior Content Writer - iProspect Indonesia

Kriteria Peserta Jurnalis

- Warganegara bangsa Indonesia (WNI).
- Wartawan yang bekerja pada media online/kantor berita/indikasi jurnalis dan dapat dibuktikan pada blog, website, atau media sosial lainnya seperti media respon bertuliskan.
- Panitia berhak mendiskualifikasi keikutsertaan peserta wartawan dan/atau membatalkan apabila peserta yang terpilih sebagai pemenang memberikan data yang keliru dan/atau tidak benar.

Syarat dan Ketentuan

- Kompetisi yang diadakan oleh dentsu Indonesia bersifat umum untuk seluruh jurnalis yang berbasis di Indonesia.
- Jurnal Writing Competition ini tidak diupai biaya dan setiap peserta yang ingin mengikuti pertandingan, semuanya akan diberikan akses sebesar 20%.
- Hasil karya yang dipublikasikan merupakan hasil karya sendiri. Tidak menyalin/menggunakan ide/hasil dari orang lain. Apabila jurnalis menulis mengenai berita hasil karya merupakan karya orang lain atau plagiat maka panitia akan melaporkan dugaan pelanggaran tersebut.
- Setiap peserta wajib mempublikasikan hasil karyanya melalui owned media.
- Setiap peserta diperbolehkan menggunakan bahasa Inggris atau bahasa Indonesia dalam menghasilkan karyanya.
- Hasil karya harus sesuai dengan tema yang sudah diberikan oleh panitia, apabila hasil karya tidak sesuai dengan tema maka akan dikawatirkan akan diabaikan.
- Peserta yang memenangkan kompetisi berhak untuk berpartisipasi dan tidak menyalin/menggunakan ide/hasil dari orang lain.
- Hasil dan keputusan panitia tidak dapat diganggu gugat oleh peserta. Keputusan hasil keputusan bersifat mutlak.
- Setiap peserta dalam mengikuti kompetisi, diwajibkan untuk patuh dan mematuhi seluruh peraturan yang terdapat di dalam pertandingan.
- Jakarta terdapat kecurangan maka panitia berhak untuk mengurusi penyelesaian masalah tersebut.
- Indikator penilaian:
 - Informasi yang tidak akurat: Tidak mengadopsi data.
 - Informasi yang sesuai dengan tema kompetisi: Kejelasan dan kredibilitas dalam penulisan.
 - Kejelasan dan kredibilitas data yang akurat: Kejelasan dan kredibilitas data yang akurat.
 - Kejelasan dan kredibilitas data yang akurat: Kejelasan dan kredibilitas data yang akurat.
- Peserta yang mengikuti kompetisi dianggap telah membaca, memahami dan menyetujui ketentuan-ketentuan yang telah berlaku. Peserta berhak untuk mengundurkan diri dan bersedia apabila tidak mematuhi setiap satu poin dari peraturan.

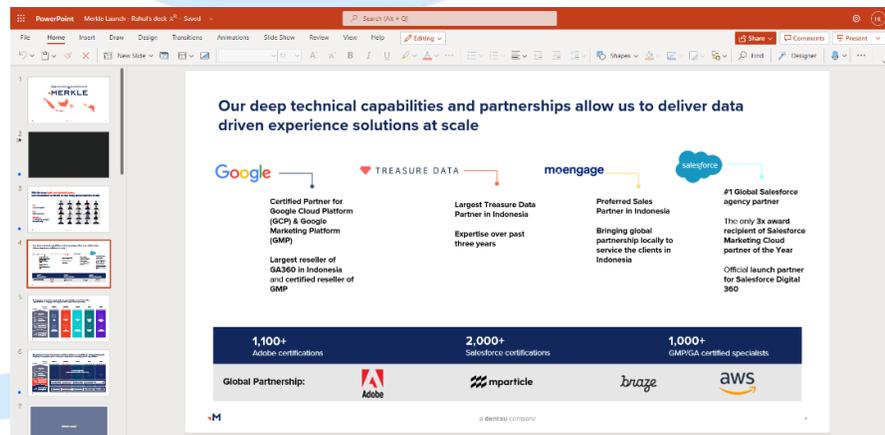
Gambar 3.2 Syarat dan Ketentuan Kompetisi

Serta membuat *cue card* untuk para mc supaya mempermudah pembawa acara saat event berlangsung, penulis membuat *cue card* sesuai dengan *rundown* yang diberikan oleh *Marketing Communication Manager*.

The image shows a screenshot of a cue card for the MC at the iProspect event. The card is titled 'CUE CARD MC' and features the iProspect logo and the text 'Brands Accelerated'. The card is dated 'Agustus 2021' and is identified as 'a dentsu company'. The card is displayed in a presentation software interface, showing a slide with the iProspect logo and the text 'CUE CARD MC'.

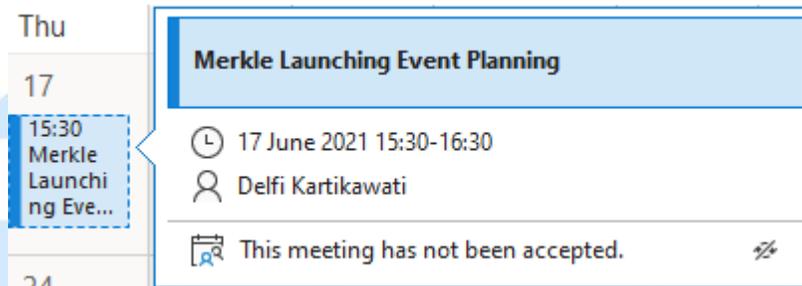
Gambar 3.3 Cue Card MC Event Merkle Indonesia

Untuk mempersingkat durasi selama *event* peluncuran Merkle Indonesia, maka setiap pembicara yaitu Maya Watono selaku CEO *Country*, Rahul Nambiar sebagai CEO iProspect, dan Rachel Ooi dengan jabatan Chief Growth Officer Dentsu CXM atau Merkle APAC dan Ammar Prayitno sebagai Director CXM melakukan *tapping* terlebih dahulu sehingga di saat *event* berlangsung *video tapping* diputarkan. Sebelum para pembicara melakukan sesi *tapping* penulis diberikan tugas untuk membantu merapikan deck presentasi milik CEO iProspect Indonesia dan Director CXM Merkle Indonesia. berikut merupakan bentuk *deck* presentasi pembicara.

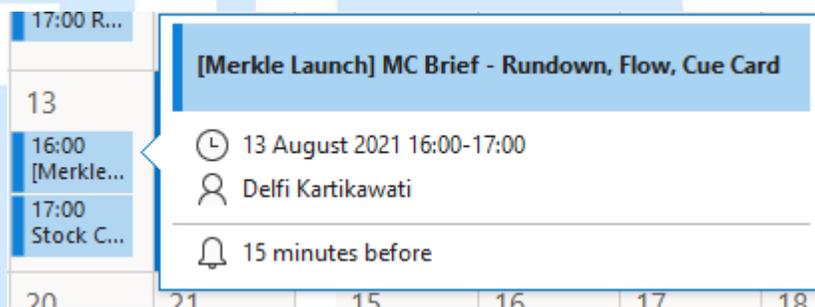


Gambar 3.4 Deck Presentasi Pembicara

Penulis juga dilibatkan secara langsung dalam semua aktivitas atau kegiatan didalam *pre-event* seperti meeting setiap minggu dengan tujuan membahas secara jelas dan detail mengenai alur acara, melakukan *briefing* kepada pembawa acara, meeting bersama tim IT agar tidak ada hal-hal yang tidak diinginkan terjadi.



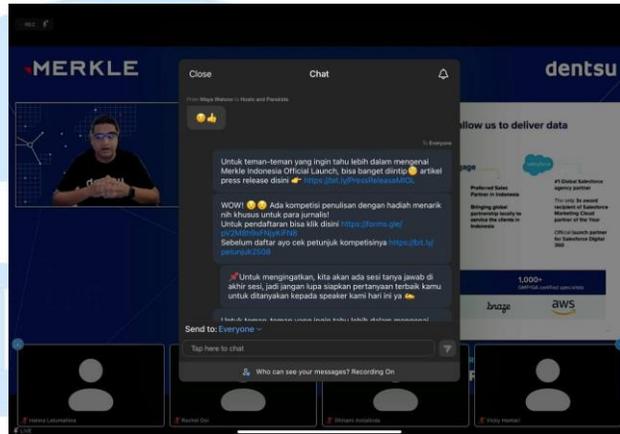
Gambar 3.5 Meeting Planning Peluncuran Merkle Indonesia



Gambar 3.6 Meeting bersama MC

B. Event

Pada saat event berlangsung tepatnya tanggal 25 Agustus 2021, *event* diadakan secara online menggunakan *zoom*. Penulis diberikan arahan untuk membuat *copy* yang menarik khalayak supaya memperhatikan *event launching* Merkle Indonesia, *copy* tersebut penulis kirimkan setiap *moment* tertentu sesuai dengan *rundown* dan menjaga kelancaran selama proses *event* berlangsung. Sehingga pada hari peluncuran Merkle Indonesia penulis diberikan *link zoom* yang berbeda supaya dapat mengirimkan *copy text* tersebut sebagai *co-host* atau *panelist*.



Gambar 3.7 Peluncuran Merkle Indonesia

C. Post-Event

Setelah event berakhir, Maya Watono sebagai CEO *Country Dentsu Indonesia* memberikan *email* melalui Outlook sebagai bentuk *appreciate* untuk karyawan dibalik sukses nya acara peluncuran Merkle Indonesia 2021.

From: Maya Watono <maya.watono@dentsu.com>
 Date: Thursday, 26 August 2021 22:57
 To: Merkle Indonesia (All Employees) <IM-AP-Indonesia-Merkle@dentsu.com>, #M-AP-Indonesia-Iprospect <IM-AP-Indonesia-Iprospect@globalfor.com>
 Cc: #UG-M-ID-dentsu-Management <ID-dentsu-Management@dentsu.com>
 Subject: Merkle Indonesia Launch

Hi Merkle and Iprospect team,

I would like to congratulate everyone on the launch of Merkle yesterday. It is certainly a historic moment for us that takes Dentsu Indonesia to the next level with the Customer Experience Management (CEM) business offering. The establishment of Merkle completes dentsu Indonesia as a world-class integrated solutions agency network, holding multiple brands within three service lines of Creative, Media and CEM.

Indonesia is one of the only three markets in APAC who are launching Merkle this year, a privilege given to us by the global team because they acknowledge our potential and recognise Indonesia as a high growth market. I am very proud of this achievement and I thank you for your hard work.

There is no better time to launch Merkle in Indonesia. CEM has become a critical component of businesses with many companies across multiple industries starting their CX strategies to boost their standing in the market. Our ambition is to become Indonesia's market leader in this space by providing world class data, analytics and CEM solutions that help our clients succeed. With the expertise of our team, I believe we will be ready to future-proof our business to the demands of the digital world as well as drive the future growth of Indonesia's digital economy.

My sincere appreciation to the team who has helped with the launch: Ammar, Delfi, Bima, Vicky, Dhitami, Manggala, Hanna, Lisa. Thank you to many others who have helped behind the scenes to make it happen. Now let's work together to take the first mover advantage and stay ahead of the curve!

Warm regards,

Maya Watono
 Country CEO

dentsu

Web: <https://www.dentsu.com/>
 Tel: +62 213 2788 0088
 Mobile: +62 813 8972 9396

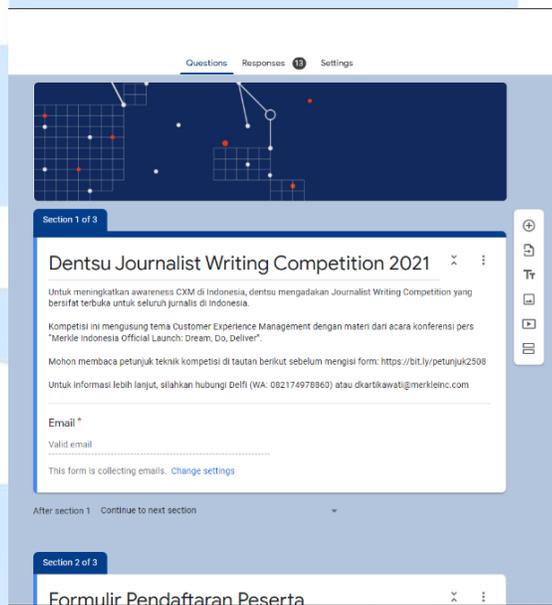
Address: Mentara Sempura, 35th Floor
 Jl. Iskandarsyah Raya No. 1A, Kelayon Baru
 DKI Jakarta 12180

Gambar 3.8 Outlook dari Maya Watono

Penulis dan Delfi Kartikawati selaku *Marketing Communication Manager* dan M. Jumardan sebagai *Senior Content Writer* melakukan *media monitoring* dengan cara melakukan *tracking* dan dokumentasi berita

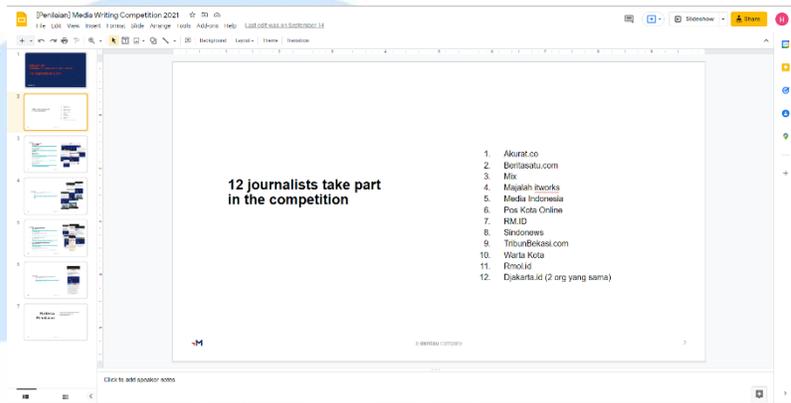
dari *Journalist Writing Competition 2021* salah satu rangkaian acara dari peluncuran Merkle Indonesia.

Penulis diberikan tanggung jawab untuk melihat Google Forms dari pendaftaran yang sudah dibuat oleh penulis untuk mengetahui jumlah peserta yang mengikuti kompetisi kompetisi *press release*. Dibawah ini merupakan Google Forms pendaftaran *Journalist Writing Competition 2021*



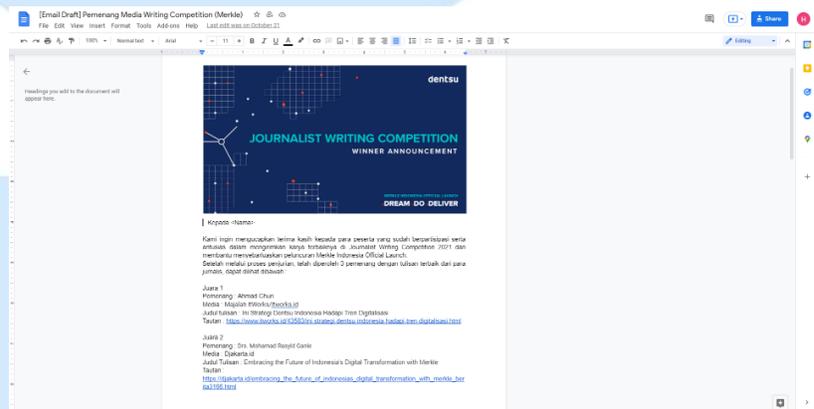
Gambar 3.9 Google Forms *Journalist Writing Competition*

Lalu penulis memasukkan daftar peserta yang mengikuti kompetisi ke dalam Google Slides supaya mempermudah penulis, Delfi Kartikawati dan M. Jumardan dalam memberikan penilaian. Terdapat dua belas peserta yang mengikut kompetisi *press release* dari empat puluh media yang menghadiri peluncuran Merkle Indonesia pada tanggal 25 Agustus 2021.



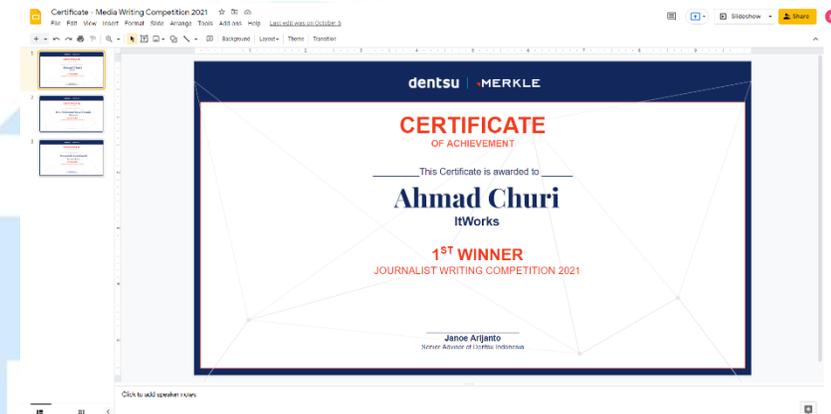
Gambar 4.0 Google Slides Wrap Up

Setelah melakukan penilaian, maka tugas penulis selanjutnya adalah membuat *copy* dan sertifikat yang akan diberikan kepada pemenang juara satu, dua dan tiga, berikut adalah bentuk *copy* yang penulis kerjakan.



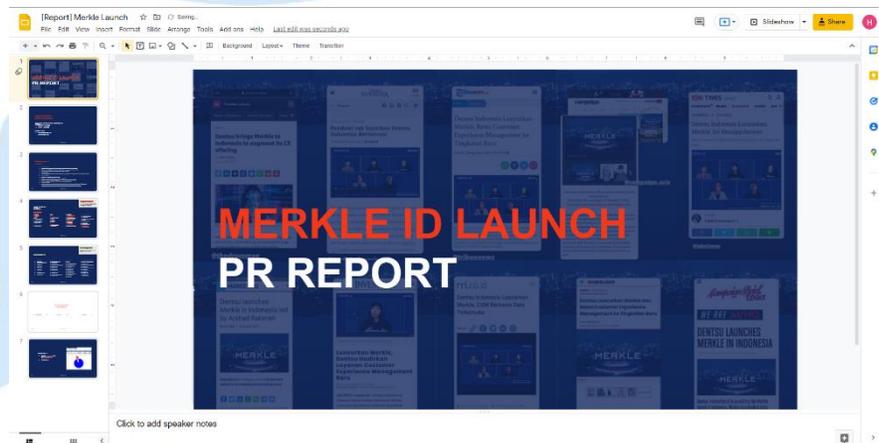
Gambar 4.1 Copy untuk Pemenang Kompetisi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 4.2 Sertikat Pemenang Kompetisi

Setelah penulis memberikan sertifikat kepada pemenang, Langkah terakhir didalam post-event adalah penulis membuat report dari peluncuran Merkle Indonesia. Penulisan report mempunyai tujuan supaya perusahaan mengetahui *value* atau *rating* dari peluncuran Merkle Indonesia. berikut merupakan report yang penulis kerjakan:



Gambar 4.3 Report Merkle Indonesia Launch

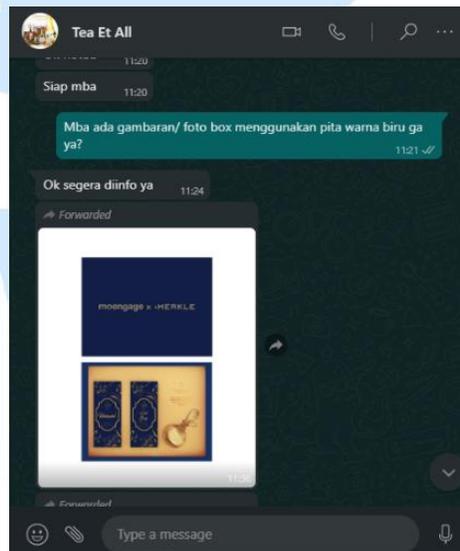
2. MoEngage x Merkle Indonesia: CXM Roundtable

Event ketiga yang diselenggarakan oleh Merkle Indonesia adalah CXM Roundtable dengan bekerjasama dengan MoEngage salah satu perusahaan yang memberikan layanan di *customer engagement* dengan menggunakan basis analisis.

Tujuan event ini tentunya untuk memperkenalkan Merkle Indonesia melalui perusahaan-perusahaan berbasis analisis salah satunya MoEngage. *CXM Roundtable* diadakan tepatnya pada tanggal 13 Oktober 2021 secara *online* menggunakan Zoom dan dibantu oleh tim IT serta vendor IT. Berikut tugas penulis selama *CXM Roundtable*.

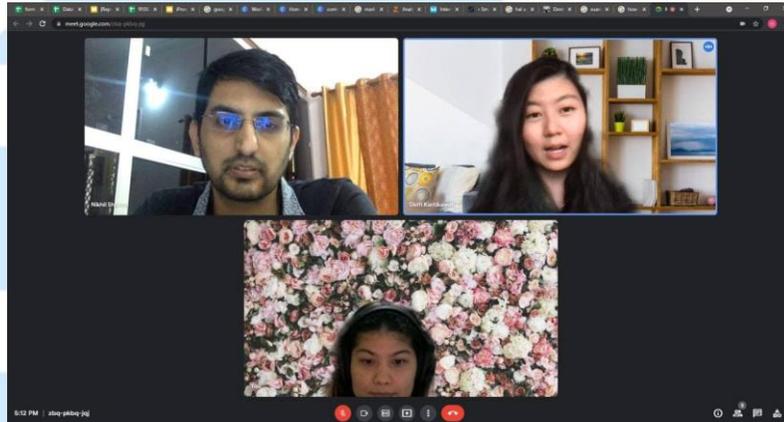
A. *Pre-event*

Penulis diberikan tugas utama yaitu untuk mencari vendor hampers yang akan diberikan kepada client sebagai bentuk *invitations*, Supaya *event* berjalan dengan lancar dan dihadiri banyak orang, maka dibutuhkan *invitations*. Berikut merupakan salah satu bentuk chat penulis dengan vendor Tea Et All



Gambar 4.4 Chat Vendor *Hampers Invitations*

Selain itu, penulis juga diwajibkan untuk selalu hadir dalam *weekly meeting* bersama MoEngage yang dilakukan setiap hari rabu, selain meeting penulis juga membantu Delfi Kartikawati dalam mempersiapkan materi keperluan *Ads* seperti *copy*.



Gambar 4.5 Weekly Meeting bersama MoEngage

Final Caption:

IG Caption for Ads:

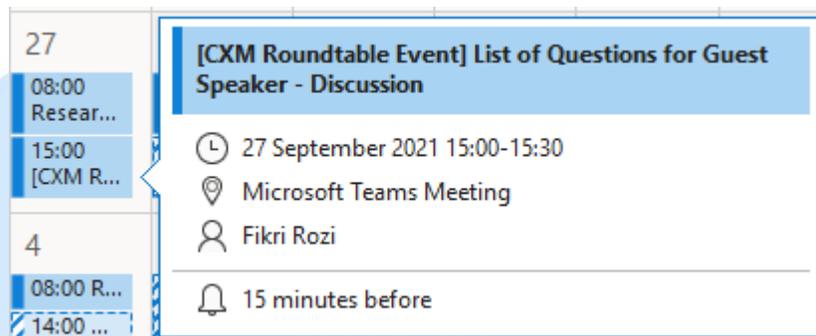
Join Merkle Indonesia and MoEngage on October 13th at 3pm (WIB) to hear from a panel of industry experts about how to cultivate engaging connections with customers. Save your seat now!

IG Caption for Ads - Remarketing:

Limited seats left! Join Merkle Indonesia and MoEngage on October 13th at 3pm (WIB) to hear from a panel of industry experts about how to cultivate engaging connections with customers.

Gambar 4.6 Copy Ads

Supaya saat event berlangsung dengan lancar maka penulis dan Delfi Kartikawati selaku *Marketing Communication Manager* melakukan meeting bersama para speaker dari CXM Rountable yaitu Norisa Saifuddin selaku Sr. Vice President Marketing Communication BCA, Corporate Marcomm Senior Manager dari Binus Group yaitu Haris Suhendra, dan terakhir adalah Divya Jagwani sebagai *Senior Sales Growtht* MoEngage Indonesia. *Meeting* ini dilakukan untuk menyusun question list untuk speaker supaya pembahasan yang dibawakan jelas saat event.



Gambar 4.7 Meeting bersama Speaker

B. Event

13 Oktober 2021, diselenggarakan event CXM *Roundtable* secara *online* menggunakan platform dari zoom webinar. Selama event berlangsung tugas penulis ada memberikan *copy* yang menarik seperti saat peluncuran Merkle Indonesia serta menjadi *co-host* supaya penulis bisa memunculkan *pop quiz* di Zoom Webinar.

C. Post-Event

Setelah *event* berakhir, penulis menarik data dari pemenang dari quiz CXM *Roundtable*, penarikan data dibantu oleh tim IT, lalu penulis menghubungi pemenang dari *quiz* untuk dikirimkan hadiah souvenir dari Merkle Indonesia pengiriman dibantu oleh *General Affairs*. Dan penulis juga diberikan tugas oleh *line manager* untuk membuat CXM *Roundtable report* yang tentu nya perlu diberikan kepada MoEngage supaya mengetahui *satisfaction rate* yang diberikan oleh peserta melalui link survei di *chatbox* Zoom Webinar.

3. Merkle Sharing Series: Event Internal

Merkle *Sharing Series* merupakan event yang diadakan khusus oleh Merkle Indonesia untuk *brand* lain yang dimiliki oleh dentsu Indonesia, tujuannya yaitu memperkenalkan Merkle Indonesia kepada *brand* lain secara internal dan memberitahu informasi-informasi mengenai layanan Merkle Indonesia. Merkle *Sharing Series* di bagi menjadi empat sesi dengan *speakers* yaitu *manager* dari setiap divisi di Merkle Indonesia.

Tugas penulis pada umumnya yaitu membantu mensukseskan proses berlangsungnya *event* dengan membuat *rundown*, merapikan dan membuat deck untuk pembicara, membuat quiz poll melalui Microsoft *Teams*, terakhir yaitu melakukan *review session* bersama pembicara dengan harapan dapat membuat *event* internal lebih baik kembali melalui masukan yang diberikan oleh peserta.

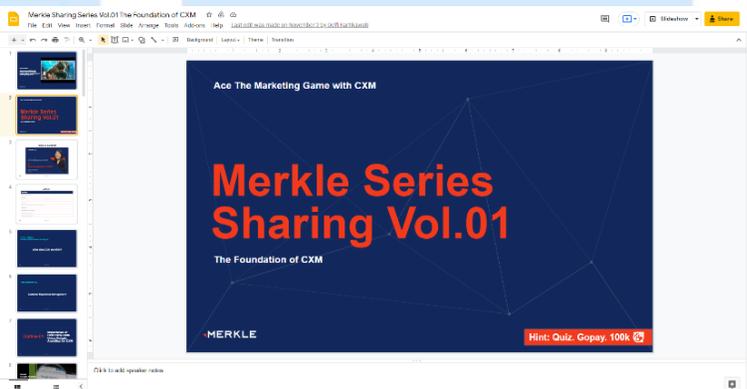
A.Pre-Event

Sebelum *event* Merkle *Sharing Series* berlangsung, penulis, Delfi Kartikawati sebagai *Marketing Communication Manager* melakukan meeting bersama *Human Research* untuk menentukan setiap tanggal *event* dimulai dari pemilihan tanggal, hari dan waktu yang tepat.

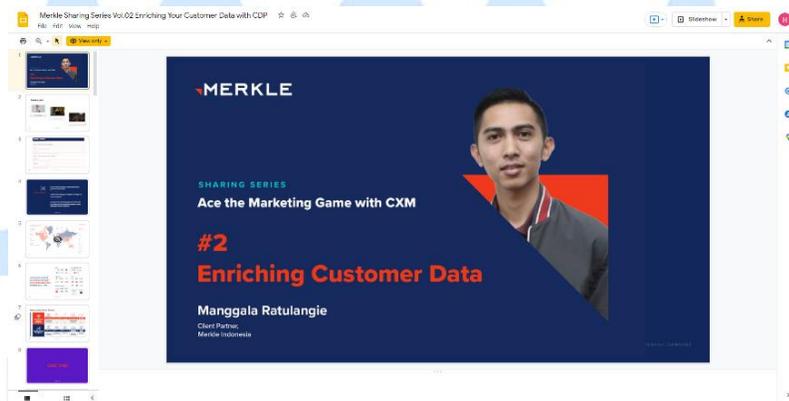
Dan ditentukan bahwa Merkle *Sharing series* #1 *The Foundation of CXM* pada tanggal 24 September pukul 14.00 dengan pembicara adalah Dhitami Astialinda selaku Client Partner, Merkle *Sharing Series* #2 *Enriching Customer Data* diselenggarakan pada tanggal 11 November dengan pembicara Manggala Ratulangie, *Client partner* dari Merkle Indonesia, Merkle *Sharing Series* #3 *Enhanced Reporting Decision Making* dilakukan pada tanggal 3 Desember 2021 pukul 14.00 dengan pembicara nya adalah Ammar Prayitno sebagai *Director CXM Solutions*. Untuk Merkle *Sharing Series* #4 akan dilaksanakan

pada bulan Februari namun untuk tanggal dan waktu belum ditentukan.

Selain mengikuti meeting untuk menentukan tanggal event, penulis diberikan tanggung jawab lain yaitu untuk membantu para pembicara membuat *deck* presentasi serta merapikan *deck* tersebut menjadi layak untuk diberikan kepada peserta event. Berikut adalah bentuk *deck* presentasi yang penulis kerjakan.



Gambar 4.8 Deck Presentasi Merkle *Sharing Series* #1



Gambar 4.9 Deck Presentasi Merkle *Sharing Series* #2



Gambar 5.0 Deck Presentasi Merkle Sharing Series #3

B. Event

Saat event berlangsung tugas penulis adalah menjaga ketertiban keberlangsungan event contohnya ketika peserta tidak sengaja *unmute* maka penulis secara otomatis akan *mute* peserta tersebut, serta memasukan *quiz event* kedalam polls di Microsoft Teams sehingga saat sesi *quiz* penulis dapat memberikan *polls quiz* tersebut kepada peserta.

C. Post-Event

Penulis menarik data pemenang dari kuis Merkle Sharing Series dan menghubungi pemenang untuk mendapat gopay sebesar Rp.100.000, penulis membuat Merkle Sharing Series report yang akan diberikan ketika *review session* bersama dengan *Marketing Communication Manager*, Pembicara serta *Human Research* setelah satu minggu kemudian setelah event berlangsung.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.3 Kendala yang ditemukan

Kendala-kendala yang ditemukan penulis selama kerja magang adalah:

- 1) Dikarenakan penulis WFH (*work from home*), maka hal yang sering terjadi adalah *miss communication* antara penulis dengan pembimbing lapangan.
- 2) Saat penulis diterima magang di iProspect Indonesia, pembimbing lapangan tidak memberi tahu secara jelas mengenai peluncuran event dari Merkle Indonesia.

3.2.4 Solusi atas kendala yang ditemukan

Berikut adalah solusi yang dapat diberikan penulis terhadap kendala magang:

- 1) Setiap hari Senin diadakan *daily catch up* untuk pemberian tugas dan *update* mengenai pekerjaan.
- 2) Mencari tahu mengenai perusahaan tersebut melalui *forward-an email* yang diberikan oleh pembimbing lapangan, *website* pribadi milik perusahaan dan mengikuti *invitations meeting* mengenai peluncuran Merkle Indonesia.

