



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

Penulis melakukan praktik kerja magang di mall Balekota yang merupakan anak perusahaan PT. Paramita Bangun Persada, Tangerang. Praktik kerja magang dilaksanakan 2 bulan lamanya pada divisi “*tenant relations & customer Relations Coord. dan Event Promotions*” yang merupakan peran PR dalam bagian *Customer Relationship Management & Event Management*. Yang mana *customer* dari divisi penulis adalah para tenant yang ada di mall Balekota.

Penempatan pekerjaan ini sesuai dengan bidang dan keterampilan, karena *tools* dari *Public Relations* adalah *Customer Relationship Management* dan *Event Management*. Kedudukan penulis dalam kerja magang pada divisi *Customer relationship Management & Event Management* dibawah bimbingan Bu Yanthi selaku *TR & CRM Coord.* yang menangani berbagai hal yang berhubungan dengan seluruh tenant yang ada di mall Balekota yang merupakan *customer* dari mall Balekota, dan dan Bu Dhani *Event Promotions* sebagai *team event* dan promosi di mall Balekota.

Selama 2 bulan melaksanakan praktik kerja magang, penulis berada di divisi dengan bagian praktik diposisi *tenant relations, customer service*, dan mengelola *event promotion* mall Balekota, dan berbagai posisi ini termaksud dalam peran PR. Pembelajaran dan pengalaman yang didapat selama dua bulan lamanya adalah belajar bagaimana menjalin relasi yang terus dan lebih baik kepada pelanggan, dengan menerapkan komunikasi yang semakin baik kepada konsumen yang telah memiliki peranan penting bagi perusahaan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas utama yang penulis lakukan dalam periode pelaksanaan kerja magang adalah membantu dalam menangani segala kebutuhan, *complaint*, menjalin hubungan dan relasi yang tetap dan semakin baik dengan selalu memperhatikan para tenant yang merupakan *customer* dari mall Balekota sendiri untuk kelangsungan yang baik bagi mall Balekota. Seperti menangani segala *complaint* dari para tenant untuk ditindaklanjuti, mengontrol *performance customer service* untuk memberikan *service excellent* bagi pengunjung.

Membuat surat izin keluar/masuk barang tenant sesuai jam operasional mall, membuat *tenancy list database* para tenant satu persatu, mengunjungi dan menanyakan *sales update* para tenant untuk dibuat laporannya, rutin mengunjungi tenant untuk menanyakan promo kepada para tenant untuk dipublikasikan melalui *paging customer service* pada jam operasional mall, bertemu dengan *klien* baru yang akan menyewa tenant di mall Balekota, mengadakan *tenant gathering* untuk acara kebersamaan yang merupakan upaya mall Balekota tetap menunjukkan kepedulian untuk tetap menjalin relasi dengan para tenant.

Tugas utama lainnya adalah berperan serta dalam pelaksanaan *event- event* mall Balekota yang diadakan pada bulan Juli-Agustus seperti bertemu dengan *klien* yang akan mengadakan *event*, berkoordinasi dengan EO, mencari sponsor untuk patisipasi *event*. membuat perkiraan *budgeting*, membuat *press release* untuk *event*, membuat surat izin *loading* barang-barang *event* (semua keperluan barang-barang *event* seperti *soundssystem*, baju *fashion show*, dll) mendokumentasikan event-event yang berlangsung, mengikuti *technical meeting* untuk *event*, berpartisipasi menjadi *usher* pada event Halal Bihalal mall Balekota, memonitor dan memastikan *event* berjalan kondusif.

Tabel 3.2 Laporan Realisasi Kerja Magang

Minggu ke	Jenis Pekerjaan yang dilakukan mahasiswa
-	
1	<ul style="list-style-type: none"> - Membina Customer Relationship Management kepada seluruh tenant dengan menghandle segala <i>complaint</i> tenant mall Balekota - Membuat surat, mengunjungi tenant untuk mengundang seluruh tenant mengenai akan diadakannya <i>Tenant Gathering</i> sebagai sarana untuk partisipasi <i>event</i> menyambut <i>event</i> yang diadakan di pada tanggal 13 Juli 2014 - Mengontrol dan menangani <i>Customer Service</i> seperti memperhatikan <i>Performance</i> mereka, memberikan <i>Suggest Form</i>, membuat <i>SOP Customer Service</i>, memberikan dan memeriksa <i>Form complaint customer</i>, membuat <i>suggest form</i> untuk <i>customer</i> mall Balekota, memberikan <i>form Paging</i> agar <i>Customer Service</i> dapat memberikan <i>Service Excellent</i> bagi Customer Mall Balekota - Membagikan kuesioner kepada seluruh tenant yang berisi tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan mall Balekota - Membantu tugas <i>Customer Service</i> melayani <i>customer</i>.
2	<ul style="list-style-type: none"> - Menyambut <i>Event "Sprit Of Ramadhan"</i> yang akan diselenggarakan pada tanggal 12 Juli - 25 Juli 2014, penulis melakukan persiapan maksimal untuk <i>event-event</i> dibulan Juli

	<ul style="list-style-type: none"> - Mengikuti pertemuan para tenant yang diadakan di Bale Rasa dalam rangka partisipasi <i>event</i> di bulan Ramadhan yang dipimpin oleh GM Mall Balekota - Membantu <i>Team Promotion</i> untuk mencari sponsor dari para tenant untuk partisipasi <i>event</i> - Bersama dengan <i>Team Promotion</i>, penulis melakukan <i>Technical Meeting</i> sebelum <i>event</i> diselenggarakan. - Membuat <i>rundown</i> rangkaian acara “Spirit Of Ramadhan” - Membuat Surat perjanjian kerja Event “Spirit Of Ramadhan”
3	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat laporan <i>complaint</i> para tenant yang sedang <i>on progress</i> dan <i>complaint</i> yang sudah selesai di <i>progress</i> - Membuat tanda terima atas sponsor bingkisan dari tenant Matahari <i>Departement Store</i>, Gramedia, dan bingkisan dari Hypermart kepada EO Galena <i>Event Management</i> - Membuat <i>Tenancy List</i> mall Balekota - <i>Mengcrosscheck</i> seluruh tenant di Bale Rasa, untuk pendataan tenant operasional dan yang tidak operasional. - Melakukan “<i>Tenant Relations</i>” dengan mengunjungi para tenant untuk menanyakan <i>Sales Update</i> tenant dibulan Juli dan kemudian dibuat <i>database</i> nya. - Menginformasikan kepada <i>Customer Service</i> mengenai <i>event-event</i> yang akan berlangsung, sehingga <i>Customer Service</i> dapat memberikan informasi yang jelas kepada <i>customer</i> yang bertanya - Mengikuti <i>Event</i> “ <i>acoustic band DQ & Arabian</i>”

	<p><i>Mingle</i>” mendokumentasikan serta memastikan event berjalan kondusif & lancar</p>
4	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat laporan <i>complaint</i> keseluruhan <i>Customer</i> mall Balekota dari bulan maret-juni 2014 - Mengurusi perencanaan <i>Event</i> agar dapat berjalan dengan lancar pada harinya, dengan mengikuti <i>Technical Meeting event</i> terakhir pada tanggal 25 Juli 2014 - Bertemu dengan <i>klien</i> “Teh Poci” yang akan menyewa di mall Balekota - Membuat angket sebagai evaluasi <i>management</i> terhadap kepuasan para tenant - Membantu mempersiapkan segala kebutuhan untuk event “<i>Lunar Accoustic</i>” secara maksimal yang ditutup dengan Arabian Mingle - Membuat <i>Paging</i> bagi tenant yang sedang mengadakan promosi untuk dapat dipublikasikan oleh <i>Customer Service</i>.
5	<ul style="list-style-type: none"> - Mengkoordinir undangan para tenant mall Balekota, untuk <i>Tenant Gathering</i> “Halal Bihalal”, yang diadakan pada Sabtu, 9 Agustus 2014 - Mempersiapkan undangan & Mengunjungi tenant untuk mengundang secara langsung dan memberikan undangan yang telah disiapkan untuk seluruh tenant di mall Balekota sebagai upaya menginformasikan tenant mengenai perkembangan mall Balekota - Melakukan persiapan untuk <i>tenant gathering</i>, dengan berkoordinasi dengan team <i>engineering</i> untuk

	<p>mempersiapkan tempat dengan <i>mengecheck</i> semua perlengkapan seperti <i>sound system</i>, dll.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Berpartisipasi sebagai <i>Usher</i> dalam <i>tenant gathering</i> Halal Bihalal yang diadakan di Bale Rasa. - Membantu tugas <i>Customer Service</i> mall Balekota
6	<ul style="list-style-type: none"> - Mengurus surat masuk/keluar barang para tenant Mall Balekota dan membuat surat himbauan untuk tenant Matahari dan Hypermart - Mengunjungi tenant <i>Matahari Departement Store</i> untuk menghimbau tentang <i>display</i> pameran Matahari yang sedang berlangsung sesuai dengan <i>lease line</i> (batas sewa tenant). - Penerimaan & Konfirmasi proposal pengajuan event wisata kuliner makanan khas Indonesia untuk Mall Balekota by <i>Golden EO</i> - <i>Tenant Relations</i> : Mengurus parcel sebagai permintaan maaf Mall Balekota atas jalanan berlubang didepan lobby utama yang menyebabkan karyawan tenant <i>Ace Hardware</i> terjatuh - Konfirmasi persiapan promo tenant <i>Sport Station buy 1 get 1</i> pada tanggal 16 & 17 agustus 2014 (<i>event tahunan</i>) - Konfirmasi proposal <i>event</i> Wisata Kuliner yang diajukan untuk diselenggarakan pada bulan September mendatang
7	<ul style="list-style-type: none"> - Mengurus <i>Line</i> telepon para tenant yang bermasalah & berkoordinasi dengan Telkom untuk perbaikan sambungan telepon

	<ul style="list-style-type: none"> - Membina <i>Customer Relationship</i> para tenant dengan berupaya sebagai media promosi, terutama bagi tenant <i>sport station</i> yang sedang mengadakan promo melalui <i>paging Customer Service, Social Media</i>. - <i>Mengcrosscheck</i> Jam operasional Tenant yang belum & Sudah mengikuti operasional Mall Balekota - <i>Mengcrosscheck</i> permasalahan teknis <i>line</i> telepon dan gangguan <i>speedy</i> para tenant dan mengkonfirmasi dengan PT. Telkom - Bertemu dengan <i>EO 3 HEIZ CREATIVE</i> untuk Konfirmasi proposal event "<i>Independence Day Celebration</i>" - Membuat surat perjanjian kerja event "<i>Independence Day Celebration</i>"
8	<ul style="list-style-type: none"> - berpartisipasi dalam mengontrol dan mendokumentasikan event "<i>Parade Merah Putih</i>" dengan tema "<i>Gebyar Kemerdekaan</i>" untuk memperingati kemerdekaan RI yang ke 69 - Membuat angket sebagai evaluasi <i>management</i> terhadap kepuasan para tenant - Konfirmasi penyelenggaraan event <i>Fatinistik</i> yang diadakan oleh Gramedia - Membuat Surat pemberitahuan mengenai <i>Rundown</i> acara <i>Gramedia Book Fair 2014 & Music Perfromcense by Fatin Shidqia Lubis</i> kepada para tenant Mall Balekota. - Mengikuti pertemuan dengan klien dari tenant baru Teh Poci yang akan masuk di Mall Balekota - Membuat berita acara pengoprasian ruang sewa Teh

	<p>Poci di Mall Balekota</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Proposal mengenai penempatan tenant baru yang akan masuk “Teh Poci” - Membuat <i>Press Release</i> untuk menyambut <i>event</i> Fatinistik yang diadakan oleh Gramedia yang akan berlangsung di Mall Balekota pada tanggal 29 Agustus 2014 - Membuat surat pemberitahuan & mengunjungi para tenant untuk memberikan surat untuk menginformasikan kepada tenant mengenai <i>event</i> Fatinistik yang diadakan oleh Gramedia - Mengontrol, mendokumentasikan, membantu persiapan <i>event</i> serta mengikuti <i>event</i> Fatinistik yang menghadirkan Fatin Shidqia Lubis sebagai bintang tamu pada <i>event</i> gramedia tersebut
--	---

UMMN

No.	Jenis Pekerjaan	Juli				Agustus			
		Minggu Ke-				Minggu Ke-			
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Customer Relationship Management								
	<i>Tenant Relations</i>	√	√	√	√	√	√	√	√
	<i>Customer Service</i>	√		√	√	√		√	
	Membuat angket evaluasi terhadap kepuasan pelanggan mall Balekota	√			√				√
	Membuat laporan <i>complaint</i> tenant yang <i>On Porgress & Done Progress</i>			√		√		√	
	Menangani keluhan <i>customer</i>	√		√	√		√	√	
	Mengurus masuk/keluar barang para tenant	√	√	√	√	√	√	√	√
	membuat <i>tenancy list database</i> para tenant mall Balekota (<i>Sales Update</i>)			√				√	
	Penulisan media promo para tenant untuk dibuatkan <i>paging</i>		√	√	√		√	√	
2.	Event Management								
	Melakukan persiapan dan mengikuti <i>Tenant Gathering</i>	√	√						
	Melakukan pertemuan dengan tenant dalam rangka partisipasi <i>event</i>		√			√			
	Membuat berita acara & <i>Rundown event</i>		√		√		√		
	Berpatisipasi sebagai <i>usher</i> dalam <i>event</i> halal bihalal mall Balekota					√			
	mencari sponsor dari para tenant untuk partisipasi <i>event</i>		√	√	√	√	√		
	<i>Press Release</i>								√

Tabel 3.2.2 Timeline Aktivitas Kerja Magang

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Customer Relationship Management

Penulis memulai aktifitas kerja magang di mall Balekota yang diawali dengan *daily briefing* mengenai gambaran umum *Job Description* penulis yang berada pada divisi *Tenant Relations & Customer Relations Coordinator*. *Tenant relations & Customer Relations* itu pada dasarnya adalah tentang bagaimana seseorang membangun relasi yang baik kepada para tenant/penyewa yang ada didalam mall Balekota yang merupakan partner dari para tenant untuk mendapatkan kesepahaman untuk meningkatkan *image* dan reputasi positif kepada *customer*, yang juga merupakan peran PR dalam cakupan *Customer Relationship Management*, sehingga dapat memberikan *service excellent* bagi *customer* yang berkunjung ke mall Balekota.

Dewasa ini, banyak perusahaan yang menggunakan peran PR dalam dalam usahanya untuk meningkatkan *Customer Relationship Management* yang merupakan bagian dalam *Public Relations*. Oleh karena itu, pada berbagai organisasi, hal yang harus selalu diperhatikan adalah membina "*Customer Relationship Management*". Seperti yang dikatakan oleh O'Brien dalam Adreani (2007:60) bahwa CRM memungkinkan organisasi mengidentifikasi dan membidik pelanggan terbaiknya, yaitu mereka yang menguntungkan organisasi sehingga mereka dapat dipertahankan menjadi pelanggan yang setia untuk jangka panjang. Mereka diharapkan akan memberikan keuntungan yang lebih besar bagi organisasi.

Dari uraian diatas penulis menyimpulkan bahwa *Customer Relations* adalah salah satu strategi perusahaan Menjalin & mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga dapat terciptanya *loyalitas* pelanggan yang tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata para pelanggan yang merupakan kunci keberhasilan suatu organisasi. Yang pada intinya CRM merupakan suatu cara untuk melakukan menganalisa perilaku pelanggan jasa perusahaan. Dari analisa ini akhirnya

perusahaan bisa mengambil cara bagaimana melayani pelanggannya secara lebih personal sehingga efeknya pelanggan menjadi *loyal* kepada perusahaan.

Seperti yang penulis lakukan pada Mall Balekota, Penulis berada pada divisi “*Tenant Relations & Customer Relations Coordinator*” yang erat kaitannya dengan salah satu strategi PR, yaitu “*Customer Relationship Management*”. Hanya saja yang menjadi *customer* adalah para tenant yang telah berpartisipasi mengambil bagian dalam mall Balekota. Penulis Menjalin, membangun, dan mempertahankan komunikasi dua arah, membangun hubungan baik dengan para tenant yang merupakan customer dari mall Balekota sendiri yang memiliki peranan penting demi kelangsungan PT Paramita Bangun Persada.

Dimana penulis selalu membidik para tenant yang berperan penting bagi mall Balekota, dengan secara aktif mengunjungi para tenant menanyakan *sales update* mereka setiap minggu, mendengarkan keluhan-keluhan mereka, menangani dan menyelesaikan berbagai keluhan yang menjadi masalah untuk mereka, memperhatikan tingkat kepuasan dengan membuat kuesioner kepada dan aktif menjalin relasi dengan para tenant sehingga mereka merasa selalu diperhatikan, karena keberlangsungan para tenant yang ada di mall Balekota, sesungguhnya sangat mempengaruhi seberapa banyak pengunjung yang akan datang dan puas dengan pelayanan para tenant yang akhirnya berdampak pada nama baik mall Balekota.

Penulis juga mengajak setiap tenant untuk berpartisipasi dalam *event-event* yang akan diadakan untuk menunjang profit bagi para tenant seperti sponsorship dari para tenant sehingga tenant2 yang mensponsor dipublikasikan pada saat *event* berlangsung, mengontrol *performance “Customer Service”* untuk dapat memberikan *service excellent* bagi seluruh pengunjung mall Balekota, mengundang perusahaan dari para tenant untuk sesekali mengadakan *tenant gathering* yang bertujuan untuk sekedar *sharing* namun lebih ke arah mempererat hubungan antara organisasi yang bersangkutan dengan PT. Paramita Bangun Persada.

Bukan hanya itu, namun begitu banyak pengalaman yang penulis dapatkan ketika penulis berpartisipasi menjadi *Tenant Relations & Customer Relations Coord.* di mall Balekota, dimana penulis kini mengerti dan cukup memahami bahwa *Tenant Relations* dan hubungannya dengan PR adalah bagaimana seorang *Tenant Relations* menjalin komunikasi 2 arah untuk membina *Customer Relationship Management*. Terutama memahami pentingnya membangun hubungan yang baik (*building Relationship*) yang harus selalu dijaga dan dipertahankan kepada para tenant yang merupakan customer yang mengambil bagian dalam mall Balekota. Berbicara mengenai *Customer Relationship Management*, erat kaitannya dengan dengan kata *Relationship*. Seperti yang dikatakan menurut **Amin Widjaja** (2008:37), menyatakan bahwa: “*Relationship* adalah suatu hubungan terdiri atas serangkaian episode terjadi antara dua belah pihak dalam rentang waktu tertentu”.

Pekerjaan semasa penulis menjadi *Tenant Relations & Customer Relations Coordinator* adalah menjalin *Customer Relationship Management* dengan Mengunjungi tenant untuk mengkonfirmasi *Sales update* dibulan Juni2014 (naik/turun, mencapai target/tidak) lalu dibuat *Tenant Database*, untuk diambil tindakan yang memberikan *benefit* bagi para tenant, juga demi kelangsungan para tenant yang sudah mengambil bagian di Mall Balekota.

Sebagai contoh ketika penulis dan *TR coordinator* menanyakan *sales* tenant dibulan juli kepada salah satu tenant seperti *restaurant Redbean, Ta Wan* dan masih banyak lagi, mereka mengaku tingkat *sales* mereka masih belum mencapai target dibulan Juni, namun mereka mengakui bahwa *sales* mereka naik dan bagus dibulan Juli karena Mall Balekota mengadakan *event, event “ Spirit Of Ramadhan”* yang mengundang *customer* akhirnya memiliki rasa keingintahuan yang tinggi untuk dapat berkunjung ke Mall Balekota.

Dari sini *TR & CRM Coord.* dapat menyimpulkan bahwa ini adalah *complaint* tenant mengenai perlunya Mall Balekota memperbanyak *event* untuk kelangsungan yang baik dikedepannya. Dan terutama dapat menjadi acuan bagi mall Balekota untuk

terus berupaya maksimal bagi tenant, demi kelancaran dan kesuksesan tenant yang sudah mengambil bagian dalam Mall Balekota, juga untuk memajukan Mall Balekota, hingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Kegiatan *Customer Relations* di mall Balekota yang dilakukan oleh penulis adalah terus merespon dan mengelola segala keluhan dan kebutuhan para tenant satu persatu sebagai sarana kepuasan. Karena tenant adalah yang paling penting untuk diperhatikan karena keberlangsungannya dapat memaksimalkan kesetiaan para pelanggan yang berkunjung ke mall Balekota sehingga berujung pada nama baik mall Balekota, Seperti yang diungkapkan oleh **Kotler dan Kevin L Keller** (2007:189), *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan "proses mengelola informasi rinci tentang masing-masing pelanggan dan secara cermat mengelola semua titik sentuhan pelanggan demi memaksimalkan kesetiaan pelanggan".

Dimana penulis juga selalu membangun komunikasi yang selalu baik dengan para tenant, bagaimana penulis sebagai *TR&CRM Coord.* berperan aktif untuk menangani dan merespon secara baik dan dan cepat seluruh keluhan para tenant sehingga dapat memberikan presepsi positif bagi para tenant karena Mall Balekota dapat terus mengupayakan yang terbaik bagi mereka. Bukan hanya para tenant, namun dengan seluruh *customer* mall Balekota yang mengutarakan berbagai keluhan dan *complaint* apapun mengenai hal-hal yang belum dimiliki mall Balekota, seperti pada mall-mall pada umumnya.

Dan dari *complaint customer* mall, seperti perlunya *Mother's room*, Permintaan kursi Roda, kurangnya kelengkapan P3K, Fasilitas *Escalator* yang sering mati arah ke bioskop, fasilitas *Car call* yang belum tersedia, *Baby Stoler* yang akhirnya menjadi acuan untuk mall Balekota mewujudkan keinginan *customer* melalui berbagai *complaint* yang sudah dibuat laporannya oleh *TR&CRM Coord.*, sehingga Mall Balekota secara tidak langsung sudah membina *Customer Relationship Management* yang baik demi perkembangan mall Balekota.

Mengcrosscheck kerapihan, kedisiplinan, kerajinan, kesopanan, para tenant guna memberikan yang terbaik bagi *customer* yang berkunjung ke mall Balekota, memberikan kenyamanan para tenant dengan selalu memperhatikan kebutuhan para tenant untuk membina *Customer Relationship* antara mall Balekota dengan para Tenant yang telah mengambil bagian dalam mall Balekota.

Untuk mengetahui, seberapa kualitas *management* memenuhi dan memberikan pelayanan kepada para tenant dan para *customer* yang berkunjung ke mall Balekota, penulis juga membuat angket untuk mengevaluasi kinerja *management* terhadap kepuasan para penyewa tenant yang ada di mall Balekota dengan membuat *suggest form* yang kemudian diletakkan di meja *Customer Service* untuk dibagikan kepada para tenant, sehingga pihak *management* juga mengetahui tingkat kepuasan para tenant terhadap mall Balekota, bagaimana mall Balekota akan terus mengupayakan yang terbaik untuk para tenant yang sudah mengambil bagian dalam mall Balekota.

Tidak jarang, penulis juga membagikan kuesioner kepada para tenant yang berisi tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan mall Balekota terus memperhatikan kebutuhan para tenant dengan selalu mengunjungi para tenant untuk *handle* keluhan-keluhan para tenant untuk dibuat laporannya, membuat *tenancy list* para tenant dimana penulis membuat *database* satu persatu tenant yang disimpan datanya termasuk *sales update* setiap bulannya, lokasi tenant, nama perusahaan tenant, tanggal operasional tenant, serta jam operasional tenant.

Penulis juga berperan aktif, sesekali menjadi *customer service* untuk melayani setiap pengunjung yang bertanya mengenai setiap tenant dengan selalu mengucapkan *greeting* yang cukup khas kepada setiap customer yang ingin bertanya, diikuti dengan *body language* yang sangat harus diperhatikan dalam menyambut customer, membuat laporan *lost and found*, yang adalah laporan tentang ditemukan dan kehilangannya barang customer, menerima telepon dan melayani *customer* via telepon yang menghubungi mall Balekota jika tidak direspon oleh *resepsionis*, lalu

mempromosikan promo-promo para tenant melalui *paging* pada jam operasional mall, menerima keluhan para tenant yang kemudian akan disampaikan ke TR & CRM Coord.

Penulis juga membantu mengurus sewa menyewa tenant, dimana penulis juga mengikuti pertemuan dengan beberapa *klien* yang ingin menyewa di mall Balekota, beberapa tenant seperti The Poci, *Singapore Ice Bread*, *Wafellicious*. Penulis membantu TR & CR Coordinator untuk memproses permintaan para tenant baru untuk menginformasikan harga dan perjanjian sewa menyewa mall Balekota melalui proposal yang harus diikuti oleh para penyewa.

Tidak hanya itu, pekerjaan penulis menjadi lebih luas yakni sebagai media promosi dimana penulis menjadi perantara para tenant untuk mempromosikan *product/ brand* melalui *paging* mall, dan tidak hanya melalui *paging* namun juga menggunakan media promosi (*social media*) seperti *Facebook & twitter*, dan juga mengontrol *Customer Service* dengan selalu memperhatikan *performance* para *Customer Service* segala kebutuhannya.

Mengikuti *technical meeting* untuk *event* sehingga penulis dapat menginformasikan *event* yang akan berlangsung di mall Balekota selengkap-lengkapannya kepada *customer service* untuk diberitahukan kepada *customer* yang berkunjung ke Mall Balekota, juga membuat jadwal *customer service*, mengkoordinasikan *form complaint* untuk *customer service* agar segala complaint tenant maupun *customer* dapat disalurkan ke departemen terkait sehingga Mall Balekota dapat dianggap mampu memberikan *Service Excellent*. Secara keseluruhan, penulis menyimpulkan bahwa *Customer Relationship Management* sangat berpengaruh besar dalam Memberikan *profit*, dan merupakan upaya perusahaan dapat terus mempertahankan eksistensi di masa mendatang.

3.3.2 Penulisan Media Promo

Tugas penulis menjadi lebih luas, seperti mengunjungi satu persatu tenant untuk mengkonfirmasi promo-promo yang sedang diadakan para tenant yang kemudian dibuatkan *paging* sebagai sarana publikasi untuk para tenant yang sedang mengadakan promosi, untuk dapat dipublikasikan pada jam operasional mall kepada seluruh pengunjung Mall Balekota.

Kemudian, penulis membuat iklan singkat yang berisikan promo dari para tenant. Penulis menuliskan iklan singkat itu dalam bahasa yang menarik, mudah dimengerti, namun singkat dan jelas, yang kemudian penulis berikan kepada customer service untuk dapat di *paging* pada jam efektif operasional mall. Dimana dalam pengemasan kata, penulis juga ditugaskan untuk membuat kata-kata yang menarik yang menggambarkan keunikan mall Balekota yang nantinya akan di unggah ke *website, Facebook, dan twitter* resmi mall Balekota. Dan juga membuat kalimat menarik untuk poster promo para tenant.

Penulis juga ditugaskan untuk menuangkan ide-ide kreatif terkait dengan sesuatu hal yang dapat menarik pengunjung mall Balekota, misalnya dengan ide mengadakan kontes foto atau kontes melalui social media untuk memancing minat para customer untuk mengambil bagian dalam mall Balekota, sehingga dapat menanamkan *Brand Image* yang kuat terhadap mall Balekota. Penulis memberikan ide untuk mengadakan kontes foto keluarga ceria dengan berfoto pada saat keluarga sedang berkunjung ke mall Balekota, dan di unggah ke *facebook* mall Balekota.

3.3.3 Event Management

Demi perkembangan mall yang baik dikemudian hari, mall Balekota terus mengupayakan adanya *event* yang akan sering dilakukan terutama untuk menjamin eksistensi mall Balekota. Selain mengurus tenant, penulis cukup memahami bahwa suatu mall dapat dikatakan berjalan dengan baik, dan kelangsungannya dapat terjaga salah satunya juga karena berbagai *event-event* menarik yang diadakan dalam sebuah mall, yang juga menjadi pekerjaan seorang praktisi PR, bagaimana PR *menghandle event* tersebut sehingga dapat menciptakan *brand image* yang kuat dimata publik.

Lebih dari itu, penulis juga mengambil bagian dalam “Event Management” yang merupakan salah satu *tools* dalam *Public Relations*. Mall Balekota terus berupaya untuk selalu mengadakan *event* yang juga untuk kepuasan para tenant. *Event* diadakan di mall Balekota bukan hanya untuk membuat *customer* ingin berkunjung, namun *event* yang diadakan oleh mall balekota merujuk pada kegiatan promosi/pemasaran bagi para tenant hingga *customer* yang berkunjung *aware* terhadap promosi yang dilakukan tenant di mall Balekota. Hal ini seperti yang dikatakan menurut menurut Belch (2009:580), *Event* adalah sebuah tipe lain dalam promosi yang dalam promosi yang dalam tahun-tahun belakangan ini sering digunakan dalam pemasaran.

Atau yang juga dikenal dengan “Special Event”, dimana penulis berupaya membantu peran *Coordinator Event Promotion* untuk mengkoordinir *Event* bagi kelangsungan mall Balekota, yang secara keseluruhan melingkupi ilmu yang pernah penulis raih dibangku perkuliahan. Menurut penulis, mengelola *event* merupakan salah satu sarana yang akan berdampak bagi kelangsungan suatu organisasi, dan secara tidak langsung dapat memberikan *awareness* kepada *target audience*.

Sehingga *event* yang hanya dilakukan dalam periode-periode tertentu menjadi tolak ukur bagi kelangsungan suatu organisasi. Definisi *Event* menurut Noor (2009:7) suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang

hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terkait secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Divisi *Event Promotion* sesungguhnya menjadi tolak ukur keberlangsungan mall Balekota, Dan terbukti bahwa *event-event* yang menjadi salah satu *complaint* terbanyak dari para tenant, mempengaruhi *sales* mereka secara *signifikan*.

Dimana *event-event* dibuat dengan tujuan menarik minat para pengunjung untuk dapat melihat acara yang sedang berlangsung, sehingga timbul rasa keingintahuan yang tinggi terhadap *event* apa yang dilakukan oleh mall Balekota. Terlebih bagi orang yang belum terlalu mengetahui keberadaan mall Balekota, dengan melakukan banyak *event*, tentu banyak orang akan mengetahui dan tertarik untuk berkunjung ke mall Balekota sehingga tujuan mall untuk promosi dapat berjalan dengan baik.

Promosi yang telah dilakukan oleh mall Balekota telah dilakukan dengan sangat baik melalui *social media* yang telah banyak digunakan oleh sebagian besar orang. Promosi yang dilakukan mall Balekota melalui *Facebook & Twitter* yang dianggap paling efektif untuk menginformasikan *event* dan melakukan promosi kepada publik. Karena dengan adanya *event*, *customer* tertarik untuk berkunjung karena ada yang menarik untuk dilihat, dan tidak bisa dipungkiri, *event* yang berlangsung di Mall Balekota, menjadi sangat dominan bagi kebanyakan tenant yang ada di balekota.

Oleh karena itu, mengutip dari nuansa bulan suci Ramadhan, mall Balekota ikut mengambil bagian dalam *event-event* khusus dengan tema “*Spirit Of Ramadhan* ” yang berlangsung pada tanggal 12 Juli yang bertemakan *Voice Of Indonesia Session 1 & 2*, dilanjutkan dengan *Arabian Mingle*, kemudian penulis mengikuti *event* kedua pada tanggal 19 Juli yang mengundang *Sophie Paris* untuk turut memeriahkan *event* yang kemudian dilanjutkan dengan *Fashion show + Demo Make up and Hijab* dan event terakhir pada Jumat, 25 Juli yang hanya menyelenggarakan *Lunar Accoustic* kemudian dilanjutkan dengan *Arabian Mingle*.

Tujuan *Special Event* menurut Philip Lesly yang dikutip oleh Wahyuni Pudjiastuti (2010 xxv) adalah Menciptakan citra baik atau citra positif, melakukan promosi pelayanan dan produksi, menciptakan *goodwill*, mencegah dan memecahkan masalah, mengatasi kesalah pahaman dan prasangka, meramalkan serangan-serangan, mampu menarik perhatian khalayak, merumuskan kebijakan-kebijakan serta mengarahkan proses perubahan sedemikian rupa

Dari pengertian diatas, menurut penulis, bahwa *event* adalah tentang bagaimana upaya perusahaan melakukan suatu hal yang bermakna yang dapat menanamkan *awareness* sehingga akan terciptanya *brand awareness* yang melekat dimata publik terhadap organisasi hingga dapat terbentuknya citra dan reputasi yang diharapkan perusahaan. Karena sebagai sarana *Public Relations*, event dapat berfungsi sebagai salah satu peran *Public Relations*.

Dimana peran *Public Relations* yang utama adalah sebagai komunikator perusahaan untuk menciptakan *mutual understanding* kepada publik demi tercapainya *image* dan reputasi yang diharapkan perusahaan dibenak publik. Oleh karena itu, mall Balekota terus melakukan pelayanan dan selalu melakukan suatu perubahan yang diharapkan melalui sebuah *event-event* bermakna yang menjadi salah satu aktifitas mall Balekota yang menjadi kunci keberhasilan mall Balekota sendiri yang harus di perhatikan demi kelangsungan yang baik di kemudian hari, dan event juga merupakan salah satu kegiatan yang merupakan strategi organisasi untuk menanamkan *image* yang *positif* dibenak publik sasaran mall Balekota dengan berbagai persiapan dan pelayanan terbaik.

Dalam praktiknya, berbagai persiapan *event* telah dilakukan oleh mall Balekota sebagai tanda membangun *awareness* seperti yang dikatakan Ruslan (2010:110) dalam bukunya *Kiat dan Strategi Kampanye PR*, menyatakan bahwa “*special event*” adalah merancang kemasan produk, gengsi, trendi hingga menanamkan daya ingat lebih kuat (*awareness*) dibenak konsumen atau publik sasarnya.” Rancangan *event* di mall Balekota pun mulai disesuaikan dengan tema

bulan Ramadhan “*Spirit Of Ramadhan*” yang bertujuan untuk menanamkan daya ingat lebih kuat (*awareness*) dibenak konsumen atau publik sasaran sehingga mall Balekota dapat lebih dikenal luas khususnya pada masyarakat Tangerang.

Persiapan mulai dilakukan oleh Bu Dhani dan Pak Sugeng selaku *Marcomm* Mall Balekota, dari membuat berita acara, membuat perkiraan *budget*, mencari sponsor, desain panggung, berkoordinasi dengan EO, konfirmasi dengan para Manager untuk *event* yang akan berlangsung yang sesuai dengan tema, untuk dapat melakukan *technical meeting* yang merupakan suatu rapat besar dengan menghadirkan *Manager, engineering, OB, OG, TR coordinator*, dan semua *staff* yang akan ikut mengambil bagian/terlibat dalam *event*. Dimana didalam rapat itu akan disampaikan secara lengkap dan jelas mengenai *event* yang akan berlangsung sehingga pada hari H, semua *staff* dapat memberikan informasi yang sesuai kepada *customer* mall Balekota. Juga untuk memastikan bahwa *event* akan berjalan kondusif. Dari sinilah penulis sungguh mengetahui bahwa *event management* sangat dibutuhkan dalam suatu mall untuk mempromosikan mall secara tidak langsung.

Penulis pun ikut mengambil bagian dalam persiapan event “*Spirit Of Ramadhan*” ini, dimana penulis membantu mengundang tenant secara langsung secara *face to face* untuk menghadiri *tenant gathering* dalam rangka partisipasi *event*, yang dimana secara tidak langsung adalah untuk mencari sponsor untuk *event* dibulan Ramadhan, dengan syarat dan ketentuan berlaku, dimana tenant dan pihak mall sama-sama akan diuntungkan, karena setiap tenant yang memberikan partisipasi yang merupakan suatu sponsor dari para tenant seperti Gramedia misalnya yang memberikan *goodie bag* berupa buku, Matahari yang memberikan *goodie bag* berisikan baju yang kemudian akan ditulis nama tenant tersebut dipanggung *event* Mall, sehingga tenant pun dapat lebih dikenal oleh *customer*.

Penulis beserta dengan tim *Event and Promotion* memiliki tugas yang cukup berat karena harus terus menciptakan ide-ide yang berkualitas untuk membuat konsep *event* yang sangat berperan penting bagi mall Balekota. Mengutip dari nuansa bulan

suci Ramadhan, penulis ikut mengambil bagian dalam event-event khusus dengan tema “*Spirit Of Ramadhan*” yang berlangsung pada tanggal 12 Juli s/d 25 Juli hanya disetiap hari *weekend* (Sabtu & Minggu). Seperti membuat berita acara, membuat perkiraan budget, mencari sponsor untuk partisipasi *event*, desain panggung, berkoordinasi dengan EO, konfirmasi dengan para Manager untuk event yang akan berlangsung yang sesuai dengan tema, untuk dapat melakukan *technical meeting* yang merupakan suatu rapat besar dengan menghadirkan *Manager, engineering, OB, OG, TR coordinator*, dan semua *staff* yang akan ikut mengambil bagian/terlibat dalam *event*, dan juga membuat *press release* untuk menyambut *event Hut Fatinistic*.

Dalam upaya membantu *team Promotion*, Penulis juga ditugaskan untuk Membuat rundown rangkaian acara “*Spirit Of Ramadhan*” yang akan berlangsung setiap minggu di bulan Juli, Membuat Surat perjanjian kerja *Event “Spirit Of Ramadhan”*, mencari sponsor dari para tenant untuk partisipasi *event* yang kemudian penulis juga membuat tanda terima atas sponsor bingkisan dari tenant *Matahari Departement Store, Gramedia*, dan bingkisan dari Hypermart kepada EO Galena Event Management dalam rangka partisipasi event,

kemudian bersama dengan *Team Promotion*, penulis melakukan *Technical Meeting* sebelum *event* diselenggarakan. Tujuannya adalah untuk memastikan event akan berjalan dengan lancar pada harinya atas segala persiapan yang telah dilakukan, dan menginformasikan semua pihak seperti *team Engineering, Tenant Relations, Comm. Manager, General Manager*, dan pihak dari *klien event* mengenai semua perlengkapan dan persiapan akan berlangsungnya *event*, serta memberikan pengarahan untuk dapat memahami *event* yang berlangsung agar tidak terjadi kesalahpahaman dengan pihak luar maupun dalam mall. Penulis juga dihimbau untuk selalu melakukan koordinasi dengan semua pihak yang terkait sehingga acara dapat berjalan dengan baik.

Lebih dari itu, penulis juga selalu melakukan *cheklist* acara pada saat *event* akan berlangsung untuk mengetahui kebutuhan yang masih kurang dan kebutuhan yang

sudah disiapkan untuk dipakai seperti panggung, *sound system*, kursi dan berkoordinasi dengan *security* agar keamanan tetap terjaga serta kegiatan dokumentasi berupa foto dan video, penulis juga ikut bertemu dengan *EO 3 HEIZ CREATIVE* untuk Konfirmasi proposal *event “Independence Day Celebration”*, dalam rangka memperingati hari kemerdekaan Indonesia. Lalu penulis juga membuat surat perjanjian kerja *event “Independence Day Celebration”* serta berpartisipasi dalam mengontrol dan mendokumentasikan *event “Parade Merah Putih”* dengan tema “Gebyar Kemerdekaan” untuk memperingati kemerdekaan RI yang ke 69.

Penulis juga membantu *team promotion* untuk konfirmasi penyelenggaraan *event Fatinistik* yang akan diadakan oleh Gramedia, dan kemudian membuat *Press Release* untuk menyambut *event Fatinistik* yang diadakan oleh Gramedia yang akan berlangsung di Mall Balekota pada tanggal 29 Juli 2014 yang akan menghadirkan bintang tamu yang spesial, hingga dapat diterbitkan ke media seperti radio dan Koran, hingga event ini dapat diketahui oleh masyarakat luas untuk dapat menyaksikan dan mengikuti *event* yang diadakan oleh mall Balekota Tangerang.

Kemudian penulis juga membuat surat pemberitahuan mengenai *rundown* acara *Gramedia Book Fair 2014 & Music Performance by Fatin Shidqia Lubis* kepada para tenant Mall Balekota, Membuat *Press Release*, Membuat surat pemberitahuan & mengunjungi para tenant untuk memberikan surat untuk menginformasikan kepada tenant mengenai *event Fatinistik* yang diadakan oleh Gramedia, Mengontrol, mendokumentasikan, membantu persiapan *event* serta mengikuti *event Fatinistik* yang menghadirkan Fatin Shidqia Lubis sebagai bintang tamu pada *event* gramedia tersebut.

3.4 Kendala Magang

Berikutnya ini adalah kendala magang yang dirasakan penulis selama masa praktek kerja magang :

1. Seringnya terjadi *miss communication* kepada *Customer Service* karena kurangnya informasi yang jelas dari pembimbing lapangan mengenai event dan promo apa yang sedang diadakan hingga membuat *Customer Service* bingung ketika *customer* bertanya.
2. Kurangnya kerja sama yang kuat antar divisi
3. Kurangnya koordinasi yang dalam pemberian tugas

3.5 Solusi

Berikut ini adalah solusi yang dapat diberikan penulis terhadap kendala magang :

1. Divisi *Tenant Relations* yang bertanggung jawab penuh terhadap segala kebutuhan *Customer Service* sebaiknya selalu melakukan koordinasi dan sebisa mungkin selalu aktif berkomunikasi, sehingga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya *miss communication*.
2. Perusahaan mengadakan gathering khusus karyawan hingga *staff* antar divisi semakin akrab dan lebih kompak membangun kerja sama yang kuat.
3. Berusaha untuk mengerti dan berusaha semampunya mengerjakan tugas yang diberikan.

Perusahaan dapat menunjuk salah satu *staff* dari divisi *Tenant Relations* untuk menjadi pembimbing lapangan tetap bagi para pekerja magang, sehingga para pekerja magang dapat dibimbing secara lebih *intens* dan bisa lebih terlibat dalam aktivitas divisi tersebut.