



### **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

Kedudukan penulis saat melakukan praktik kerja magang di Sinarmas land adalah sebagai internship. Dengan tujuan utamanya yaitu melakukan praktik terhadap pengetahuan penulis berdasarkan yang dipelajari selama tujuh semester di Universitas Multimedia Nusantara. Saat melakukan kerja magang, penulis berada dalam divisi *Promotion*, yang mendapat bimbingan langsung dari Head of Promotion yaitu Eve Nurmalia Adam. Serta ditempatkan pada divisi *Tenant Relations*. Pada praktiknya, dalam melakukan tugas-tugas yang diberikan bisa sama dan tidak disesuaikan dengan situasi.

Dalam membantu divisi *promotion*, penulis ditugaskan untuk membantu staff *promotion* lainnya dalam merancang sebuah konsep event, kemudian mengevaluasi event yang akan diadakan saat acara berlangsung. Kemudian, sebelum event berlangsung penulis meeting bersama staff lainnya serta berpartisipasi dalam memilih vendor yang sesuai untuk event, serta dilanjutkan merancang program promosi dan dipercaya untuk menghandle media sosial The Breeze BSD City. Yang kemudian, dalam membantu divisi *Tenant Relations* penulis bertugas mengkomunikasikan informasi update kepada seluruh *tenant* sekaligus sebagai jembatan antara pengelola dan *tenant*.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada praktik kerja magang, penulis diberikan tugas berbagai macam oleh pembimbing lapangan. Secara keseluruhan tugas tersebut dimasukkan dalam kategori *Event Management*, *Online PR* dan *Tenant Relations*.

Berikut adalah tabel pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja magang di mal The Breeze BSD City.

**Tabel 3.1**  
**Timeline Praktek Kerja Magang**

Jenis Pekerjaan	Minggu Ke -											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b><u>Event (Promotion)</u></b>												
Woman On Wheels 2015												
Festival Kopi Tanah Air 2015												
Poin Reward The Breeze 2015 (Selama bulan puasa)												
<b><u>Online PR</u></b>												
Posting dan feedback harian												
Social Media Monitoring												
<b><u>Customer Relations Management (Tenant Relations)</u></b>												
Membagikan kuisisioner kepuasan Tenant												
Membagikan informasi bulanan												
Konsultasi keluhan tenant												

### 3.3 Uraian Kerja Magang

#### 3.3.1 Event Management

Event merupakan salah satu program kerja *Public Relations*. Tidak hanya untuk menarik perhatian media dan publik terhadap produk atau perusahaan, namun kegiatan event diharapkan mampu menarik simpati atau empati publik sehingga terciptanya *mutual understanding*. Dan akhirnya berdampak pada citra positif masyarakat yang terlibat terhadap perusahaan.

Menurut Ruslan (2007 : 141 - 142) definisi event merupakan pengembangan aktivitas public relations sebagai salah satu media komunikasi untuk menarik perhatian dan liputan media pers dan umum terhadap lembaga atau produk tertentu yang ditampilkan.

Adapun tujuan dilakukannya kegiatan event selain untuk mempromosikan perusahaan atau produknya. Menurut Kennedy dan Soemanagara (2009:119) tujuan kegiatan promosi melalui *event* ialah :

1. *Awareness*: membangun kesadaran keberadaan sebuah produk / perusahaan.
- 2 *Knowledge* : memberikan informasi yang dibutuhkan atas penggunaan sebuah produk dan layanan.
- 3 *Likeability* : menumbuhkan kesukaan terhadap penampilan pesan.
- 4 *Motivation* : mengajak konsumen untuk melakukan apa yang diinginkan oleh iklan atau produk dan layanan yang disampaikan.
- 5 *Believing* : menumbuhkan kepercayaan terhadap kelebihan produk dan layanan.
- 6 *Image* : memperkuat kredibilitas perusahaan atau produk / perusahaan/ layanan

- 7 *Remembering* : mengingat kembali tentang keberadaan produk.
- 8 *Loyalty* : mengajak konsumen untuk tetap menggunakan produk dan layanan yang dipublikasikan.

Penyelenggaraan *event* merupakan media promosi The Breeze BSD City dalam meningkatkan *awareness*, serta menjadikannya sebagai media komunikasi dengan pengunjung. Seperti yang diungkapkan oleh Ronald D. Smith (2009), dengan diadakannya suatu *event*, merupakan salah satu strategi public relations dalam berkomunikasi dengan internal maupun eksternal stakeholders perusahaan.

Dengan diadakannya *event* secara tidak langsung perusahaan mendapat publikasi dan penciptaan citra positif dari pengunjung. Untuk itu, dapat dikatakan bahwa event merupakan kegiatan promosi yang efektif sekaligus terciptanya strategi komunikasi oleh perusahaan agar dikenal masyarakat luas serta melakukan publisitas. Di sisi lain, diselenggarakannya event, dengan sendirinya menghemat pengeluaran dalam *advertising* (iklan) untuk meraih publisitas, karena media massa pun meliputnya yang kemudian dimasukkan dalam media cetaknya.

Selama proses magang, penulis turut dilibatkan dalam proses pengelolaan *event* yang akan diadakan, walaupun tidak secara keseluruhan. Berikut adalah aktivitas *event management* yang penulis kerjakan selama proses magang :

1. Penulis melakukan *Market Research* yang sesuai dengan target market The Breeze BSD City, dan hasil *research* menjadi pertimbangan atau usulan kepada *Head of Promotion* selaku pembimbing penulis. Penulis menambahkan komunitas-komunitas yang kehadirannya turut meraimakan The Breeze BSD, seperti komunitas motor gede (Moge) Harley Davidson Tangerang, komunitas Jeep Rubicon Jakarta, dan sebagainya.

2. Yang kemudian penulis turut serta dalam meeting dengan vendor pengelola saat event diadakan di The Breeze BSD City. Hasil research penulis menjadi tolak ukur disesuaikan dengan yang ditawarkan dari vendor-vendor tersebut, yang tidak langsung penulis membantu ide kepada pengelola The Breeze BSD City dalam pemilihan vendor untuk mengadakan *event* di The Breeze BSD City.

### **3.3.1.1 Event Blessings 7 Srikandi “Women On Wheels Indonesia”**

Pada minggu akhir bulan Mei 2015 lalu, The Breeze BSD City mengadakan event *Blessings 7 Srikandi “Women On Wheels Indonesia”* atau yang disingkat WOWI. Event ini diadakan untuk memberikan *blessing* sekaligus menandakan *start* perjalanan tour dari Jakarta yang akan dilakukan oleh komunitas motor besar wanita indonesia sebagai ajang charity dan pelestarian budaya nasional hingga di kota Bali, Denpasar

Sebelum event dilaksanakan, penulis terlibat dalam diskusi perencanaan event bersama dengan pembimbing lapangan, seperti menentukan rangkaian acara serta membuat rundown acara. Selanjutnya dikordinasikan kepada event organizer yang dipilih. Pada saat pelaksanaan event WOWI, penulis turut mengawasi teknis – teknis pelaksanaan *event* secara langsung. Penulis memantau langsung partisipasi para tamu VIP dan pengunjung

Berikut adalah susunan rundown singkat pada event **“Blessings 7 Sriandi Women On Wheels”** :

- Pukul 18:00-18:30, Acara pembuka dimulai dengan artis “SHE” girl band.

- Pukul 18:30-19:00, Sambutan dari CEO Retail Mall & Hospitality (Bpk. Alphonzus Widjaja) serta sambutan dari ketua Women On Wheels Indonesia WOWI (Anggie Widjaja).
- Pukul 19:00-19:30, Fashion Show batik nasional oleh desainer Jeanny Ang.
- Pukul 19:30-20:00, Dilanjutkan dengan dinner bersama serta pertunjukkan Maylaffayza, yang merupakan salah satu musikus muda Indonesia yang terkenal akan kepiawaiannya dalam memainkan biola.
- Pukul 20:00-20:30, Acara dilanjutkan kembali dengan “SHE” girl band.
- Pukul 20:30-21:00, Penutupan dengan Blessings serta doa bersama 7 Srikandi WOWI untuk kelancaran Tour yang akan dilaksanakan dalam perjalanan misi charity dan pelestarian budaya nasional.

### **3.3.1.2 Event Festival Kopi Tanah Air Kita 2015**

Festival Kopi Tanah Air Kita 2015 merupakan bentuk event mengenai kepedulian Sinar Mas Land, Pemerintah, dan Komunitas Pecinta Kopi terhadap perkembangan industri Kopi di Indonesia. Sekaligus kerja sama semua pihak, mulai dari petani kopi, pengusaha dan pemerintah serta masyarakat penikmat kopi untuk ikut memajukan dunia kopi dan industrinya di Indonesia.

Penulis tidak terlibat dalam perencanaan event ini, dikarenakan pihak Sinarmas Land langsung mempercayakannya kepada vendor untuk mengatur perencanaannya. Adapun kontribusi penulis pada saat pelaksanaannya :

1. Mengkonfirmasi tenant yang terlibat dalam acara, seperti sponsorship tenant serta pemesanan makanan dan snack oleh tenant.
2. Mengevaluasi event Festival Kopi Tanah Air Kita 2015.

### 3.3.2 Online *Public Relations*

Janet Meiners Thaeler (2009 : 27-28) mengatakan bahwa Online PR merupakan salah satu tools PR dalam berkomunikasi di dunia maya. Apalagi masyarakat sekarang ini sangat aktif dalam dunia online, maka dari itu kita tidak hanya bisa melihat tetapi ikut bergabung dengan interaksi tersebut. Saat PR tradisional lebih berperan kepada media cetak dan radio, online PR dapat membangun reputasi terlebih dahulu. Pada praktiknya, untuk sekarang ini sering digabungkan kedua cara diatas, yaitu *offline* media dan *online* media dalam memaksimalkan kampanye atau jangkauan. Biasanya diawali dengan suksesnya kampanye secara *online* yang kemudian dilanjutkan keterlibatan *offline* media (Media cetak dan penyiaran).

Onggo (2004: 5-6) juga menyatakan bahwa online public relations memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan media offline:

#### 1. Sifatnya Konstan

Penggunaan internet (media *Online*) dikatakan lebih efektif karena dapat diakses 24 jam, dengan jangkauan target publik seluruh dunia.

#### 2. Respon yang cepat

Dengan internet, pengiriman pesan memungkinkan lebih cepat masuk. Yang membuat komunikasi dua arah semakin lancar dan efektif antara perusahaan dan publik.

#### 3. Pasar global

Melalui internet, tidak ada batasan mengenai geografis. Saat ini semua orang dapat dengan mudah berhubungan langsung dengan orang di belahan dunia lain dengan biaya yang jauh lebih murah tentunya dibandingkan dengan telepon internasional.

#### **4. Interaktif**

Respon balik (Feedback) dari pengunjung dapat langsung didapat. Hal ini memudahkan organisasi dalam rangka mengetahui apa yang diinginkan public tanpa harus menunggu lama.

#### **5. Komunikasi dua arah**

Poin ini sangat penting karena sangat membantu PR dalam membangun hubungan yang kuat dan saling bermanfaat yang seringkali tidak dapat dilakukan langsung oleh media offline.

#### **6. Hemat**

Tentunya dengan penggunaan media online PR jauh lebih murah jika dibandingkan dengan penggunaan iklan. PR tidak mengeluarkan lain yang bisa diantisipasi oleh online public relations yang dengan hanya pengeluaran biaya internet, yang membuat biaya online public relations menjadi semakin terjangkau.

Saat proses kerja magang berlangsung, aktivitas online public relations merupakan *tools* komunikasi dua arah yang cukup efektif seperti yang dijelaskan diatas. Dengan mengikuti trend 'kekinian', karena semua aktivitas meliputi media sosial, termasuk The Breeze BSD City yang memiliki official account berupa Instagram, Facebook, dan Twitter.

Jika dikaitkan dengan definisi public relations yang Menurut Majelis Humas Dunia (World Assembly of Public Relations) dalam Morissan (2008: 8), mendefinisikan PR sebagai:

*“Public relations is the art and social science of analyzing trends, predicting their consequences, counseling organization leaders and implementing planned programs of action which serve both of organization's and the public interest”.*

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa PR merupakan seni dan ilmu sosial yang menganalisis tentang public interest disesuaikan dengan perkembangan, seperti penerapan media sosial yang bertumpu pada Online PR.

Menurut Andreas Kaplan dan Haenlein (2012) Social media adalah seperangkat aplikasi yang berjalan dalam jaringan internet dan memiliki tujuan dasar dalam penggunaannya yang berfungsi dapat saling bertukar informasi dan konten. Dengan akses yang sangat cepat dan tidak terbatas jangkauan, secara tidak langsung social media dapat mempengaruhi khalayak atau dengan sebutan Word Of Mouth (WOM).

Kegiatan online public relations dalam penggunaan media sosial The Breeze terbilang konstan, karena penulis memposting konten diwaktu yang tentative. Dengan postingan pada malam hari pun, penulis direspon public dengan cepat dalam menciptakan komunikasi dua arah, dan jauh lebih hemat dibandingkan penggunaan iklan (media tradisional). Pada praktiknya, penulis berkontribusi pada media sosial Instagram (90%) dan Website (30%).

Berikut adalah kegiatan Online PR yang dilakukan penulis selama praktik kerja magang :

### **1 Mengisi konten media sosial (Mengupdate postingan)**

Selama melakukan praktik kerja magang, diwajibkan untuk memposting satu atau dua postingan sebagai batasan minimal untuk pengisian konten per harinya melalui sosial media yang dimiliki, baik itu Instagram, Facebook dan Twitter.

Namun dari beberapa official account The Breeze BSD, penulis hanya memegang kendali penuh pada Instagram serta membantu dalam mengupdate website. Dikarenakan pada akun official sosial media lainnya dikendalikan oleh admin yang sudah ditetapkan.

### a) Posting Media Sosial Instagram

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang menggunakan foto sebagai sarana utama komunikasi media sosial tersebut. Dengan instagram, penulis mengkomunikasikan dengan menunjukkan apa yang ada didalam The Breeze. Konsep outdoor dan taman hijau terbuka dalam suatu mall dapat menjadi daya tarik tersendiri.

Setiap harinya penulis membagikan beragam foto pemandangan yang diambil dari sudut area The Breeze melalui instagram serta menambahkan caption yang kreatif sesuai postingan penulis. Penggunaan media sosial instagram juga dimanfaatkan penulis dalam komersial, yaitu membantu promosi tenant yang berada di The Breeze BSD City. Ini merupakan salah satu wujud kerjasama dan sarana menjalin hubungan baik dengan tenant.

Kegiatan posting di media sosial Instagram yang penulis lakukan dalam seminggu paling sedikit 5 (lima) kali pada *weekdays* (Senin-Jumat). Sebagai totalitas dan tanggung jawab penulis dalam instagram, *weekend* (Sabtu-Minggu) tetap dilakukan postingan sesuai event yang berlangsung, dimana hari libur merupakan peningkatan jumlah pengunjung The Breeze BSD City.

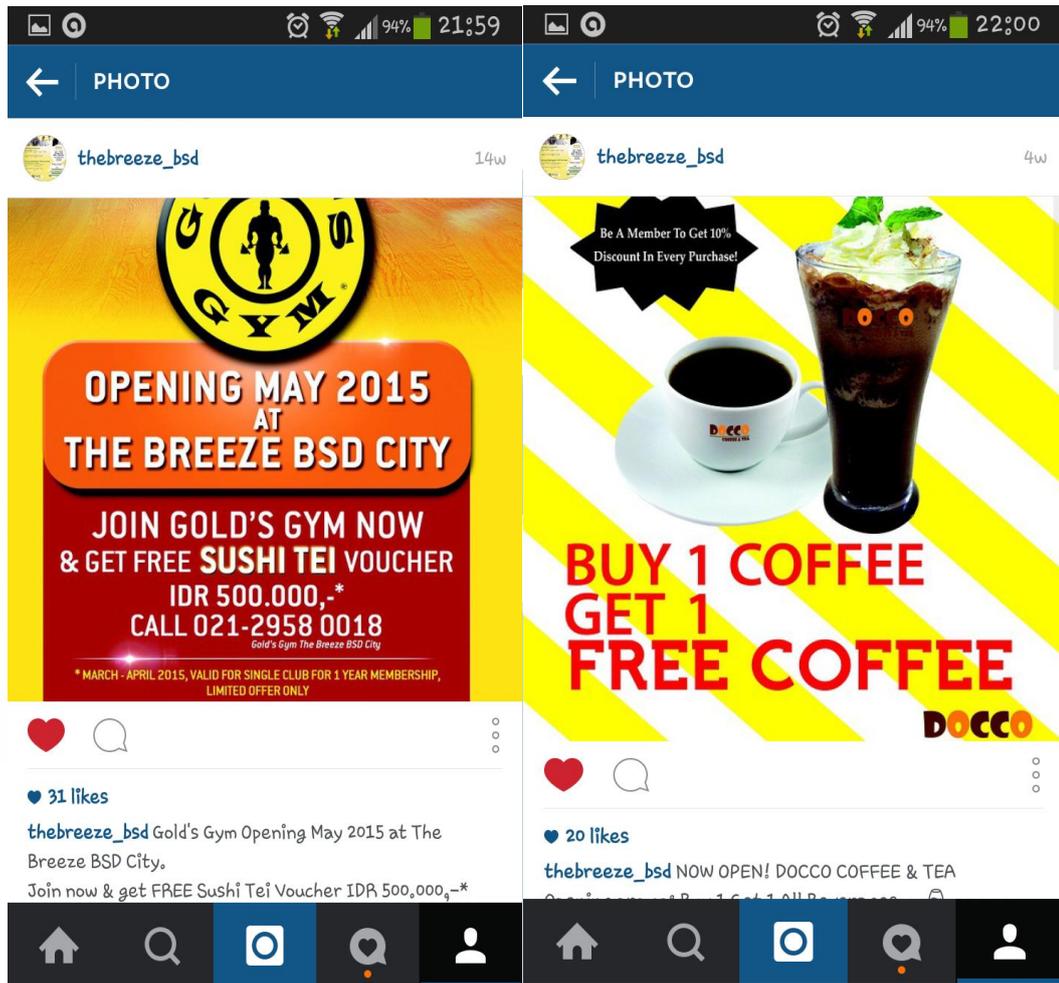
Akun resmi Instagram The Breeze BSD City dibuat pada awal Agustus 2014, dan hingga saat ini memiliki 1754 followers yang bertambah setiap harinya. Dapat disimpulkan bahwa dengan media sosial, terutama melalui instagram, mal The Breeze BSD City berhasil menarik *awareness* publik yang ditanggapi pada social media feedback, seperti menanyakan letak mal The Breeze hingga event yang akan dilaksanakan.

Gambar 3.1 *Postingan Event di Instagram*



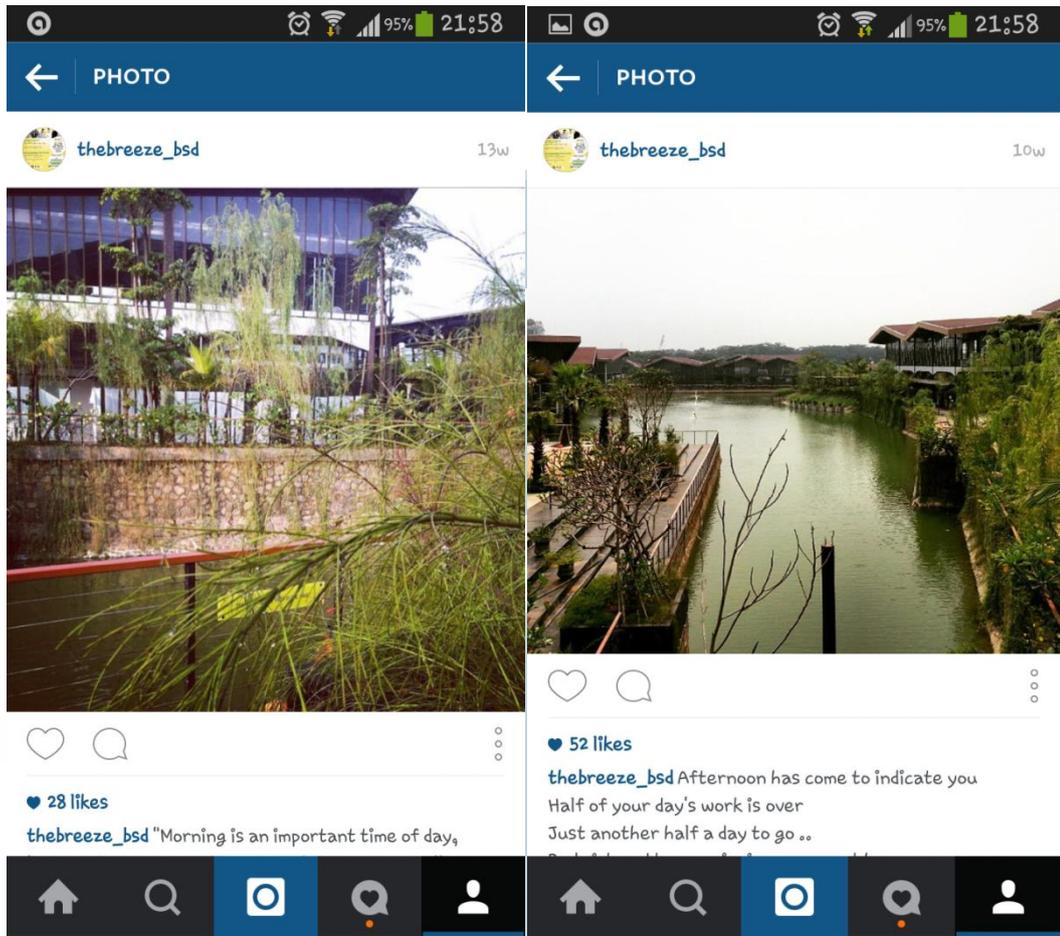
U M N

Gambar 3.2 Contoh Promo Tenant



UMMN

Gambar 3.3 *Postingan The Breeze*



U M N

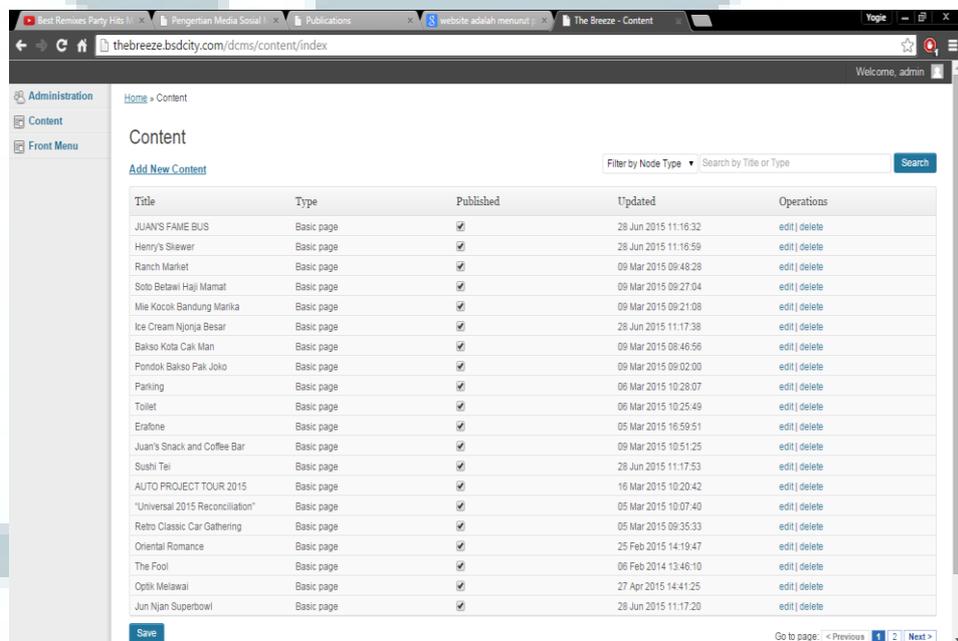
## b) Mengupdate Konten Website

Website mal The Breeze BSD City sudah dibuat sejak 2013 (saat The Breeze mulai soft opening). Pada praktiknya, penulis tidak banyak memberikan kontribusi pada website The Breeze.

Aktivitas yang penulis lakukan pada website The Breeze adalah membuat release event yang kemudian untuk *diposting*. Pada awal aktivitas saat penulis memulai kerja magang, website berjalan baik dan lancar. Tetapi saat memasuki akhir bulan pertama magang, website The Breeze memiliki kendala teknis dan berujung pemberhentian sementara dalam *memposting*.

Dengan kendala tersebut, penulis mengintegrasikan release event yang sudah jadi untuk diupdate dan diberikan kepada admin media sosial Facebook The Breeze BSD City, yaitu Zullia Farra.

**Gambar 3.4 Administration website**



The screenshot shows a web browser window with the URL [thebreeze.bsdcity.com/dcms/content/index](http://thebreeze.bsdcity.com/dcms/content/index). The page title is "Content" and it includes a sidebar with "Administration", "Content", and "Front Menu" options. A table lists various content items with columns for Title, Type, Published status, Updated date, and Operations (edit/delete).

Title	Type	Published	Updated	Operations
JUAN'S FAME BUS	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	28 Jun 2015 11:16:32	edit   delete
Henry's Sirewer	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	28 Jun 2015 11:16:59	edit   delete
Ranch Market	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	09 Mar 2015 09:48:28	edit   delete
Soto Betawi Haji Mamat	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	09 Mar 2015 09:27:04	edit   delete
Mie Kocok Bandung Manika	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	09 Mar 2015 09:21:08	edit   delete
Ice Cream Njonga Besar	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	28 Jun 2015 11:17:38	edit   delete
Bakso Kota Cak Man	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	09 Mar 2015 08:46:56	edit   delete
Pondok Bakso Pak Joki	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	09 Mar 2015 09:02:00	edit   delete
Parking	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	06 Mar 2015 10:28:07	edit   delete
Toilet	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	06 Mar 2015 10:25:49	edit   delete
Erafone	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	05 Mar 2015 16:59:51	edit   delete
Juan's Snack and Coffee Bar	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	09 Mar 2015 10:51:25	edit   delete
Sushi Tei	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	28 Jun 2015 11:17:53	edit   delete
AUTO PROJECT TOUR 2015	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	16 Mar 2015 10:20:42	edit   delete
"Universal 2015 Reconciliation"	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	05 Mar 2015 10:07:40	edit   delete
Retro Classic Car Gathering	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	05 Mar 2015 09:35:33	edit   delete
Oriental Romance	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	25 Feb 2015 14:19:47	edit   delete
The Fool	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	06 Feb 2014 13:46:10	edit   delete
Optik Melawai	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	27 Apr 2015 14:41:25	edit   delete
Jun Njan Superbowl	Basic page	<input checked="" type="checkbox"/>	28 Jun 2015 11:17:20	edit   delete

## 2. *Social Media Feedback*

*Social media feedback* secara keseluruhan bertujuan untuk mengetahui dan merespon feedback dalam *social media*. Sebagai mal yang memiliki akun resmi seperti, facebook, instagram, twitter dan website, admin pun turut berperan dalam merepon bermacam-macam komentar followers, terlebih lagi penulis admin dari instagram The Breeze BSD City.

Selama penulis menjadi admin akun resmi Instagram dan menanggapi *feedback*, seringkali mendapatkan beragam komentar berupa pujian, pertanyaan, keluhan, hingga ucapan terima kasih. Salah satunya dengan menanggapi keluhan pada management parkir dengan kurangnya pos pembayaran parkir di pintu keluar mal.

### 3.3.3 **Tenant Relations**

Pada praktiknya, *Tenant Relations* (TR) adalah penghubung antara pihak manajemen mal dengan pihak stakeholdernya yaitu *tenant* (penyewa). Karena sebagai penghubung, TR secara langsung harus mengenal dan berelasi dengan *tenant* (penyewa) hingga karyawannya. Disamping itu, saat TR berhasil menjalankan tugasnya dengan baik, seperti membuat nyaman, *tenant* pun akan merasa nyaman dengan keputusan yang diambil pihak manajemen mal atau pun turut berpartisipasi dalam suatu kegiatan yang diadakan manajemen.

Menjaga hubungan baik dengan *tenant* merupakan salah satu aktivitas *public relations*, yaitu *Customer Relationship Management* (CRM). Definisi CRM menurut Baran, Balka, dan Strunk (2008:39), adalah strategi marketing yang difokuskan pada pengelolaan hubungan serta pengalaman customer dengan memahami kebutuhan dan perilaku membeli *customer*. Hal ini merupakan salah satu cara mempererat dan memperkuat hubungan antara perusahaan dengan *customer*-nya.

Menurut Baran, Galka, & Strunk, Customer juga terbagi atas dua jenis, yaitu B2B dan B2C. Customer B2B (business-to-business) merupakan proses jual beli dengan jenis customer yang berasal dari perusahaan, institusi, maupun pemerintah yang mengkonsumsi atau menjual kembali sebuah produk atau service yang ada. Sedangkan B2C (business-to-consumer) merupakan proses jual beli antara perusahaan dengan konsumen secara langsung, meliputi individu. Oleh sebab itu, dibutuhkan aktivitas customer relationship management yang tepat agar customer merasa puas dan nyaman dalam berhubungan dengan perusahaan. (Baran, Galka, & Strunk, 2008:40).

Berikut adalah aktivitas Tenant Relations selama penulis melaksanakan kerja magang diantaranya :

1. Membuat surat informasi bulanan untuk diberikan kepada semua tenant The Breeze BSD City.
2. Membuat dan menyebarkan surat konfirmasi partisipasi *tenant* dalam event **“Blessings 7 Srikandi Women On Wheels Indonesia 2015”**.
3. Turut membantu dalam publikasi promo maupun *event* yang diadakan oleh *tenant*.
4. Mendengarkan dan memberikan solusi atas keluhan para *tenant*.
5. Membagikan kuisisioner untuk memahami kebutuhan *tenant*.

U M N

### 3.4 Uraian Kendala yang Ditemukan

Ada beberapa kendala selama penulis melaksanakan praktik kerja magang, diantaranya adalah :

- Pada pelaksanaan event, menjadi kurang maksimal, karena minimnya waktu persiapan yang mengakibatkan event tidak berjalan dengan optimal serta pesan suatu event tidak tersampaikan dengan baik. Untuk itu, penulis melakukan evaluasi terhadap event yang telah dilakukan selama penulis melakukan kerja magang, agar pihak pengelola dapat memahami serta mengetahui kekurangan, termasuk minimnya waktu persiapan.
- Praktik Tenant Relations, dengan respon *tenant* yang lambat dalam pengisian kuisisioner sebagai evaluasi *event*. Menyebabkan penulis berhalangan dalam menyelesaikan evaluasi dari *event* yang telah diadakan. Dan kurangnya kerjasama dengan *tenant* membuat penulis beberapa kali terlambat dalam membagikan informasi mengenai promo *tenant* dalam sosial media.
- Jaringan internet yang terbatas, khususnya jangkauan wifi yang terbatas menjadi kendala penulis dalam melakukan pekerjaan, seperti mengupdate konten website.

### 3.5 Uraian Solusi atas Kendala

Pada praktik kerja magang, tidak selalu berjalan dengan lancar dan memiliki kendala. Namun penulis dapat mengatasi setiap kenala dengan baik. Beberapa solusi atas kendala, diantaranya ialah :

- Membantu dalam persiapan event, saat penulis diberikan jadwal event yang akan dilaksanakan dari jauh hari, penulis membantu dalam persiapan teknis seperti mencarikan vendor yang sesuai agar event berjalan maksimal.
- Mengusulkan penetapan waktu dalam pemberian informasi oleh tenant, Dalam hal ini penulis mengusulkan untuk memberikan batasan waktu yang ditetapkan untuk kuisisioner atau mengenai promo *tenant*, ataupun dengan e-kuisisioner yang dapat diisi secara *online*.
- Menggunakan komputer kantor atau kabel penghubung internet. Dalam jam kerja, penulis menggunakan computer kantor serta membawa laptop pribadi dan menggunakan kabel penghubung internet untuk jaringan internet yang lebih cepat.

UMMN