



### **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

Di radio Heartline, penulis bekerja sebagai *intern* yang bertugas membantu pekerjaan *public relations* setiap harinya. Penulis ditempatkan pada Divisi *Event and Promotion* yang bertanggung jawab pada setiap *event-event* yang diadakan oleh radio Heartline.

Selama praktek kerja magang, penulis dibawah pimpinan Charles Pindo, selaku *public relations*. Divisi *Event and Promotion* berada langsung di bawah *Public Relations*. Penulis dibimbing langsung oleh Yusmanto selaku *Event and Promotion* di radio Heartline, Lia Melinda selaku sekretaris yang juga memegang fungsi *Online Public Relations* dan Hendri Wijaya selaku *Account Executive* yang melakukan pembagian tugas terhadap penulis disesuaikan dengan minat dan kemampuan penulis selama menjalani praktek kerja magang di radio Heartline.

Dalam pengerjaan tugas lapangan, tidak semua pekerjaan yang dilakukan penulis didampingi oleh pembimbing. Beberapa tugas dikerjakan berdasarkan inisiatif yang menjadi nilai utama dalam melakukan pekerjaan di radio Heartline. Setelah itu, hasil pekerjaan akan diserahkan kepada pembimbing untuk kemudian ditinjau kembali. Hal tersebut bertujuan untuk membangun inisiatif dan kreativitas, membentuk rasa tanggung jawab atas pekerjaan yang dikerjakan, serta kemandirian yang menjadi syarat utama agar siap terjun dalam dunia kerja yang sesungguhnya di kemudian hari.

#### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada saat menjalani praktek kerja magang di radio Heartline, terdapat beberapa tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan (*Public Relations*).

Tugas-tugas yang dikerjakan penulis berkaitan dengan *Event and Promotion*. Tugas-tugas selama melakukan pelaksanaan kerja magang di Divisi *Event and Promotion* adalah sebagai berikut:

Tugas yang Dilakukan	Minggu Ke-								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Event Lomba Foto Keluarga</b>									
<i>PRE-EVENT</i>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi:</li> </ul>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Membuat proposal</li> </ul>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Membuat materi promosi <i>event</i></li> </ul>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Membuat <i>email blast/bbm blast</i>, materi promosi <i>social media</i></li> </ul>									
<i>EVENT</i>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelaksanaan <i>Event</i></li> </ul>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pelaksanaan <i>Event</i></li> </ul>									
<i>PASCA EVENT</i>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontrol dan Evaluasi</li> </ul>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mengurus hadiah pemenang</li> </ul>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mengurus <i>feedback</i> dan testimoni</li> </ul>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Membuat <i>newsletter</i></li> </ul>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Membuat <i>newsletter</i></li> </ul>									

<p><b>Event Writing Workshop “Menemukan Kekuatan Cinta dalam Tulisan”</b></p> <p><i>PRE-EVENT</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Membuat Materi Promosi <i>Event</i></li> <li>-Membuat <i>Bbm and Whatsapp Blast</i></li> </ul> <p><i>EVENT</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Menjadi Panitia</li> </ul> <p><i>PASCA EVENT</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Mengurus Sertifikat <i>Event</i></li> <li>-Mengurus <i>Database</i></li> </ul>	
<p><b>Event #HeartlineCoffeeMorning “How To Value Your Business”</b></p> <p><i>PRE-EVENT</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi <ul style="list-style-type: none"> <li>– Membuat <i>BBM dan Whatsapp Blast</i></li> <li>– Mempromosikan di <i>Twitter dan Instagram</i></li> </ul> </li> </ul> <p><i>EVENT</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelaksanaan <i>Event</i></li> </ul> <p><i>PASCA EVENT</i></p>	





### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis dibimbing oleh Charles Pindo selaku *Public Relations* Radio Heartline. Salah satu peran utama *Public Relations* adalah sebagai komunikator perusahaan untuk menyampaikan informasi tentang perusahaan, lembaga, atau perorangan yang diwakilinya kepada publik baik internal maupun eksternal (Pudjiastuti, 2010, h.31). *PR* diharapkan dapat menjaga citra dan reputasi perusahaan agar tetap baik terutama di mata para *stakeholders*. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, *PR* di Radio Heartline berperan sesuai dengan teori tersebut. *PR* bertugas mengunjungi *client*, memperkenalkan Heartline lebih luas pada media lain atau perusahaan-perusahaan, mengajak kerjasama dengan perusahaan lain, menangani keluhan yang datang pada Radio Heartline, memberikan penjelasan seputar program dan *event* yang diadakan Heartline pada masyarakat dan perusahaan lain serta memahami apa yang pendengar dan *client* inginkan. Misalnya, ketika salah satu *client* Heartline, tim panitia Indonesia *Fashion Week* 2016 menghubungi Heartline untuk melakukan promosi seputar #ifw2016 di twitter Heartline dan promosi *on-air* serta ketika panitia *event* “*Exclusive Wedding Fair*” meminta Heartline untuk membuat dialog terkait iklan promosi di Heartline.

*Client* adalah suatu organisasi, perusahaan, individu, atau kelompok individu yang meminta atau yang membutuhkan jasa-jasa profesional di bidang kehumasan, baik itu dalam bentuk suatu paket program maupun sekedar saran-saran dan kegiatan tertentu yang tidak terbatas, selama periode tertentu yang ditetapkan oleh kedua belah pihak (Jefkins, 1992, h.36). Dalam hal ini, *client* merupakan unsur penting dalam proses kerja Heartline sebagai salah satu media yang memberikan pengaruh cukup besar di Tangerang. Pada pelaksanaannya, *PR* lah yang berhadapan langsung dengan *client-client* Heartline. *PR* bertugas dalam membentuk kerjasama baik secara lisan maupun tertulis yang sama-sama menguntungkan kedua belah pihak.

Penulis berperan sebagai pekerja praktek kerja magang yang bertugas membantu *PR Heartline* dalam menyelesaikan tugas-tugasnya. Dalam hal ini, penulis diberi kesempatan untuk bekerja di Divisi *Event and Promotion* dan bertanggung jawab penuh dalam segala bentuk event yang diadakan oleh Heartline.

### 3.3.1.1 *Event Management*

Penulis banyak membantu menangani *event-event* yang diselenggarakan oleh radio Heartline. Biasanya, event telah direncanakan beberapa hari sebelum hari H. Bahkan, ada *event-event* yang sudah dirancang dan dijadwalkan secara awal tahun atau tahun sebelumnya.

Tugas-tugas yang dilakukan penulis dalam Event Management ini, yakni:

#### 3.3.1.1.1 *Event Lomba Foto Keluarga*

*Event* ini adalah *event online* mengenai peringatan hari Valentine special bersama keluarga. *Event* ini diperuntukkan bagi keluarga untuk menunjukkan keakraban antar anggota keluarga melalui foto dengan *caption* menarik dengan menggunakan hashtag #akusayanganakIndonesia. Dalam *event* ini, penulis terlibat dalam beberapa tugas pada pengelolaan *event*, yakni mulai dari *pre-event*, *event*, sampai pasca *event*.

##### a. *Pre-Event*

###### 1. Promosi

Promosi dari *Public Relations* merupakan salah satu bagian paling penting dari suatu *event*. Dalam aktivitas promosi ini, terdapat meeting yang mana penulis terlibat di dalamnya. Penulis terlibat dalam meeting mengenai strategi promosi event Lomba Foto Keluarga dan sasaran yang dituju serta syarat-syarat yang harus dipatuhi.

Pada bagian promosi ini, penulis bertugas untuk:

- Membuat proposal



Penulis bertugas untuk melengkapi data-data terkait *event* Lomba Foto Keluarga. Data-data tersebut kemudian akan dibuat menjadi sebuah proposal yang berguna untuk keperluan pencarian sponsor. Proposal yang dibuat kemudian diserahkan langsung kepada Direktur Radio Heartline untuk diperiksa dan diserahkan melalui e-mail pada pihak sponsor.

- Membuat materi promosi *event*

Penulis melakukan tugas yaitu mencari fakta-fakta dan tips-tips yang berkaitan dengan keluarga yang harmonis. Oleh karena *event* ini diperuntukkan untuk keluarga, maka segala bentuk promosinya berhubungan dengan keluarga yang harmonis dari cara orangtua memberikan perhatian pada anaknya dan memahami dengan baik arti keluarga yang sesungguhnya.

- Membuat *Email Blast/Bbm Blast*, Materi Promosi *social media*

Hal ini merupakan salah satu cara untuk mempromosikan *event*. Mengingat ini merupakan *event online*, maka penting bagi penulis untuk menggunakan kata-kata yang tepat agar mudah dipahami dan menarik perhatian *followers* dan publik. Blast yang penulis buat berisikan informasi yang jelas dan disusun dengan rangkaian kalimat berupa ajakan untuk ikut serta dalam *event*. Dalam blast juga terdapat informasi mengenai *contact person* untuk menanggapi beberapa pertanyaan peserta. Data-data yang disusun akan kemudian diposting pada media sosial Radio Heartline baik berupa facebook, twitter, instagram dan bbm serta whatsapp.

## b. *Event*

### 1. Pelaksanaan *Event*

Penulis turut mengambil peran dalam pelaksanaan *event* Lomba Foto Keluarga. *Event* ini merupakan *event online* dan akhir batas pengumpulan foto-foto pada media sosial adalah sebelum 15 Februari 2016. Dalam pelaksanaan *event* ini, penulis dipercayakan untuk menjadi juri utama. Selain itu, penulis juga bertugas untuk

mendaftarkan jumlah peserta beserta *contact person* lengkap dengan media sosial peserta. Semua foto yang masuk disaring ketat berdasarkan ketentuan dan syarat yang telah ditetapkan dan kemudian diseleksi menjadi beberapa foto yang dikategorikan sebagai pemenang.

Pada puncak acara, penulis berhasil memilih tujuh pemenang hadiah utama dan dua puluh dua pemenang hadiah hiburan. Pemenang-pemenang tersebut diumumkan secara *on-air* melalui stasiun Radio Heartline 100,6 FM pada pukul 15.00 dan melalui postingan di semua media sosial Radio Heartline.

c. *Pasca Event*

1. Kontrol dan Evaluasi

Sistem control dan evaluasi sangat penting untuk memastikan bahwa prosedur telah diikuti dan ukuran kinerja telah dicapai (Wagen and Carlos, 2005: 243-244). Dalam hal ini tugas yang penulis lakukan antara lain adalah:

- Mengurus Hadiah Pemenang

Penulis bertugas untuk mendata peserta dan mengirimkan hadiah pemenang satu hari hingga satu minggu setelah *event* diselenggarakan. Untuk peserta diharapkan untuk mengambil sendiri hadiah langsung ke kantor, dan untuk peserta yang tidak bisa mengambil hadiah secara langsung dapat mengirimkan kembali alamat lengkap guna keperluan pengiriman.

- Mengurus *Feedback* dan Testimoni

Setelah *event* berakhir, penulis bertugas untuk menghubungi masing-masing pemenang hadiah Lomba Foto Keluarga yang telah mereka ikuti. Peserta diminta untuk mengirimkan saran dan testimoni terkait lomba yang telah diadakan, dan kemudian mempostingnya pada media sosial masing-masing.

- Membuat *newsletter*

Penulis bertugas untuk membuat *newsletter* terkait dengan event yang telah diadakan. *Newsletter* tersebut kemudian diserahkan pada *Public Relations* Radio Heartline untuk diperiksa. Setelah itu, *newsletter* diunggah pada *website* Radio Heartline agar dapat dilihat oleh khalayak.

#### 3.3.1.1.2 *Event Writing Workshop* “Menulis dengan Kekuatan Cinta”

*Event Writing Workshop* diperingati sebagai bagian dari perayaan World Radio Day 2016 yang diadakan pada tanggal 13 Februari 2016. Bertepatan dengan perayaan hari Valentine, event ini mengangkat tema “Menulis dengan Kekuatan Cinta”. Mayoritas audience yang datang adalah dari kalangan penulis dan sebagian kecil lainnya adalah pendengar setia Radio Heartline. Event ini termasuk dalam jenis event workshop dan merupakan event tahunan. Dalam event ini, penulis terlibat dalam beberapa tugas, yaitu:

a. *Pre-Event*

- Membuat materi promosi *event*

Penulis mencari data-data terkait narasumber yang akan datang dan segala bentuk materi yang dapat digunakan untuk mempromosikan *event*. Materi-materi itu telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh *Public Relations* Heartline dan kemudian dikembangkan berdasarkan kreativitas penulis. Setelah itu, penulis kembali menyerahkan materi kepada tim *Online Public Relations* untuk kemudian diposting.

- Membuat *BBM* dan *Whatsapp Blast* Tentang *Event*

Penulis bertugas untuk membuat *BBM* dan *Whatsapp blast* setiap harinya untuk mempromosikan *event Writing Workshop* “Menulis dengan Kekuatan Cinta”. *Blast* yang penulis buat berisi tulisan-tulisan singkat yang berbeda dan memuat informasi yang jelas mengenai tema yang diusung. *Blast* disusun dalam bentuk *draft* pada

*Microsoft Word* dan berisikan kalimat menarik yang berfungsi untuk mengajak khalayak untuk berpartisipasi. Ketika ada *audience* yang bertanya, penulis diberi kesempatan untuk menjelaskan selengkap-lengkapny mengenai *event* yang akan diadakan dan tentunya di bawah pengawasan *PR Radio Heartline*.

b. *Event*

- Menjadi Panitia

Penulis diberi tanggung jawab untuk turut andil menjadi panitia *Event Writing Workshop*. *Event* ini diikuti oleh sekitar 40 orang dan mayoritas merupakan penulis. Dalam pelaksanaannya, penulis ditugaskan untuk mengurus registrasi media peliput *event* dan undangan *internal* maupun *eksternal*. Penulis juga mendata ulang peserta dan daftar nama tamu undangan. Selain itu, penulis juga mengurus konsumsi dan merecek kembali beberapa nama untuk keperluan sertifikat *event*. Penulis juga ditugaskan untuk mengurus *souvenir-souvenir* yang akan diberikan beserta dengan *goodie bag* yang telah dipersiapkan.

Pada penghujung acara, penulis diberi kesempatan untuk melakukan sesi wawancara dengan beberapa *audience* yang hadir untuk keperluan data-data *newsletter* dan laporan *event*. Penulis juga ikut serta dalam meeting evaluasi *event Writing Workshop* bersama seluruh tim panitia kantor.

c. *Pasca Event*

- Mengurus Sertifikat *Event*

Penulis bertugas untuk membagikan sertifikat pada hari H *event* setelah *event* berakhir dan mengurus beberapa sertifikat yang belum diserahkan pada beberapa *audience*. Sertifikat tersebut dibuat berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan saat pendaftaran.

- Mengurus *Database*

Penulis bertugas untuk memasukkan data-data *audience* yang datang dari beberapa perusahaan. *Database* itu berisikan nama, alamat, telepon, *e-mail*, nama perusahaan, dan jabatan masing-masing *audience* dan dibuat dalam bentuk *draft* pada *Microsoft Excel*. Setelah selesai dirampungkan, *database* tersebut diserahkan pada *PR Heartline* melalui *e-mail*.

#### 3.3.1.1.3 *Event #HeartlineCoffeeMorning*

*Heartline Coffee Morning* adalah program Radio Heartline yang dikemas dalam bentuk sebuah event yang diadakan rutin setiap minggunya bertempat di Maxx Coffee, Benton Junction, Lippo Village. *Event* ini bertujuan untuk menyuguhkan obrolan ringan dan tips menarik seputar bisnis dari pakar perusahaan-perusahaan ternama.

Dengan mengangkat tema yang berbeda setiap minggunya, *event* yini menyertakan beberapa narasumber dan biasanya dihadiri oleh *audience* yang mayoritas juga merupakan pebisnis. Dalam *event* ini, penulis memiliki beberapa tugas yang dijabarkan sebagai berikut:

a. *Pre-Event*

- Membuat *BBM* dan *Whatsapp Blast*

Sebagai salah satu bentuk promosi sebelum *event* dilaksanakan, penulis selalu ditugaskan untuk membuat *BBM* dan *Whatsapp Blast* terlebih dahulu. *Blast* dibuat pada *Microsoft Word* dalam bentuk *draft* yang diketik rapi dan dibuat menjadi rangkaian kalimat menarik yang berfungsi untuk menarik *audience* untuk datang dan turut berpartisipasi dalam *event*. Setelah itu, *blast* akan diterima oleh para *audience* melalui postingan di semua media sosial Radio Heartline dan penulis tidak lupa untuk menyertakan *contact person* yang memudahkan *audience* untuk bertanya lebih jelas secara langsung pada Direktur dan *PR Heartline*.

- Mempromosikan di *Twitter* dan *Instagram*

Penulis menyusun rangkaian kalimat yang singkat, jelas, dan menarik sebagai upaya untuk menarik perhatian *audience* di media sosial Radio Heartline yaitu *twitter* dan *instagram*. Setelah kalimat disusun dan diketik rapi pada *Microsoft Word*, kemudian diserahkan pada *PR Heartline* untuk ditelaah terlebih dahulu. Dalam setiap postingan di sosial media, penulis selalu menyertakan *flyer* yang berguna untuk menjelaskan tema dan *contact person* yang dapat dihubungi apabila ada pernyataan dari *audience*.

b. *Event*

- Pelaksanaan *Event*

Dalam *event #HeartlineCoffeeMorning*, penulis ditugaskan untuk menjadi seksi dokumentasi guna keperluan data-data Radio Heartline. Foto-foto tersebut kemudian akan dikirimkan pada setiap narasumber melalui e-mail yang telah didata oleh penulis saat berlangsungnya acara. Selain itu, penulis diberi tanggung jawab untuk melakukan *live-chat via Twitter* agar para *audience* mengetahui perbincangan dan tips-tips berguna yang dapat diakses dengan mudah lewat *social media*. Tidak lupa, nama setiap *social media* narasumber dicantumkan beserta jabatan dan perusahaannya.

Pada akhir acara, penulis diberi kesempatan untuk melakukan sesi wawancara guna keperluan *review* dan laporan evaluasi serta mendata ulang semua narasumber untuk keperluan *database*.

c. *Pasca Event*

- Menulis *Press Release*

Penulis bertugas untuk membuat materi *Press Release* mengenai *event* yang diselenggarakan. Dalam *press release* ini, penulis menyertakan latar belakang, waktu, tanggal, dan tempat diselenggarakannya *event*, serta konten dan narasumber yang akan dibahas dan hadir dalam *event* yang berlangsung. *Contact person* juga

tertera di dalam *press release* yang dibuat. Setelah itu, penulis menyerahkan *Press Release* yang selesai dibuat pada *Public Relations* Heartline untuk diperiksa kembali dan kemudian diposting pada *website* Radio Heartline.

- Mengurus *Database*

Setiap data-data narasumber dan orang-orang dari perusahaan yang hadir dibuat dalam bentuk *Database* yang berguna untuk keperluan data-data client perusahaan. *Database* yang telah selesai dirampungkan diserahkan pada *Public Relations* Heartline.

- Menulis *Review* di *Social Media*

Penulis ditugaskan untuk membuat *review* berupa laporan singkat mengenai *event* pada social media Heartline yaitu twitter dan instagram. Hal ini untuk menambah pengetahuan publik mengenai konten *event* dan memberikan apresiasi pada setiap narasumber yang hadir dengan menyertakan *social media* para narasumber. *Review* dibuat secara singkat dengan bahasa yang menarik agar publik .

Ruslan (2008, h.141-142) mengatakan bahwa *event* merupakan perkembangan aktivitas *Public Relations* sebagai salah satu media komunikasi untuk menarik perhatian dan liputan media pers dan umum terhadap lembaga atau produk tertentu yang ditampilkan.

*Event* juga dapat dijelaskan sebagai salah satu kiat utama yang diselenggarakan sebagai upaya untuk menarik perhatian media dan publik terhadap perusahaan atau produk tertentu yang dapat ditampilkan dalam acara tersebut. *Event* diharapkan dapat memuaskan pihak-pihak yang terlibat atau terkait untuk berperan serta dalam suatu kesempatan, baik untuk meningkatkan pengetahuan, pengenalan, maupun upaya pemenuhan selera, menarik simpati atau empati sehingga mampu menumbuhkan saling pengertian bagi kedua pihak dan pada akhirnya dapat menciptakan citra positif dari publik atau masyarakat sebagai target sarannya (Ruslan, 2008, h.211).

Bentuk dari *special event* dalam program kerja *Public Relations* adalah sebagai berikut:

- 1) *Calendar of events*, yaitu acara rutin (*regular events*) yang dilaksanakan pada hari, bulan, tahun tertentu secara periodic dan berulang-ulang (rutin) diselenggarakan sepanjang tahun kalender.
- 2) *Momentum of events*, yaitu acara yang sifatnya khusus yang dilaksanakan pada moment-moment tertentu, pembukaan kantor baru, ulang tahun perusahaan dan sebagainya yang dianggap sebagai moment oleh pihak lembaga atau humas untuk mengadakan suatu acara istimewa yang perlu diperingatkan dan dipublikasikan (Ardianto, 2004, h. 102).

Menurut Goldbatt (2002, h.16) ada lima tahap yang dilakukan dalam *event management* yaitu:

- *Research*  
Penelitian yang dilakukan dengan baik akan mengurangi risiko kegagalan dalam ajang khusus atau *event*. Penelitian ini dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi khalayak sasaran. Jadi mereka diharapkan tertarik untuk hadir pada ajang yang diadakan. Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian terhadap khalayak sasaran ini dilakukan dengan teliti dan komprehensif sehingga dapat mengurangi risiko ketidakhadiran.
- *Design*  
Ajang khusus atau *event* yang spektakuler memerlukan kreativitas yang luar biasa dari pelaksanaannya. Kemampuan *showmanship* mereka dalam menciptakan gerakan suara, permainan warna, cahaya, mendesain area, dan sebagainya diperlukan secara komprehensif dan penuh pertimbangan untuk menciptakan kesan yang mendalam bagi para pengunjung atau tamu undangan.
- *Planning*



Dalam tahapan *planning*, *special event* dilakukan setelah analisis situasi dilakukan bersamaan dengan tahapan *design*. Dua kegiatan ini memerlukan waktu yang paling panjang dibanding tahap kegiatan lainnya. Banyak hal yang perlu dipertimbangkan pada saat perencanaan sehingga susunan perencanaan seringkali mengalami perubahan, penambahan, atau pengurangan sesuai ketersediaan sumber daya yang ada. Perubahan-perubahan eksternal di luar kemampuan perencanaan juga sering kali berujung pada perubahan perencanaan.

- *Coordinating*

Ajang khusus atau *event* memerlukan berbagai keahlian agar menjadi acara yang sukses dan kemudian mampu mengangkat citra perusahaan. Pihak-pihak yang akan terlibat adalah bagian *catering*, pemasaran, penulis bagian hiburan, bagian musik, bagian grafik, dan bagian dekorasi. Seorang manajer sebuah acara harus mampu mengoordinasi pihak-pihak tersebut agar dapat bekerja secara *simulative* dengan satu tujuan yang sama yakni menghasilkan acara yang sukses.

- *Evaluating*

Pada dasarnya, setiap ajang harus dievaluasi untuk melihat tingkat keberhasilan acara yang telah dilakukan. Namun, tahap ini sering diabaikan oleh pelaksana. Begitu acara selesai, dianggap telah berakhir. Padahal masih ada tahap evaluasi yang harus dilakukan, evaluasi yang baik akan menghasilkan data dan fakta yang sangat berharga. Khususnya untuk mendukung kegiatan yang akan dilakukan pada masa yang akan datang.

Berdasarkan pemaparan mengenai *event* di atas, penulis menemukan ada persamaan dan perbedaan antara tugas yang dilakukan penulis dalam proses kerja di lapangan dengan teori. Persamaan tersebut antara lain adalah radio Heartline melakukan *event* untuk menarik perhatian masyarakat dan para *client* terhadap radio Heartline sekaligus untuk mendapatkan publisitas. Radio Heartline memiliki *calendar of events* yang dilaksanakan secara reguler yaitu #HeartlineCoffeeMorning.

Kegiatan tersebut telah ditetapkan sepanjang tahun kalender. Radio Heartline juga mempunyai *momentum of events*, yaitu perayaan ulang tahun radio Heartline.

Terdapat perbedaan mengenai tahapan yang dilakukan penulis selama menjalani praktek kerja magang dalam divisi *Event and Promotion* dengan tahapan *event management* yang dikemukakan oleh Goldbatt. Penulis langsung menuju pada tahap *planning* tanpa melewati tahap *research* dan *design* seperti yang dikemukakan oleh Goldbatt. Tahapan-tahapan yang dilakukan penulis dalam *Event Management* di radio Heartline adalah *pre-event* yang meliputi perencanaan dan persiapan, *event* yang meliputi pelaksanaan dan pasca *event* yang meliputi evaluasi.

### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Dalam menjalankan praktek kerja magang yang berlangsung di radio Heartline, penulis tidak menemukan kendala yang terlalu rumit. Namun ada beberapa kendala yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Kurangnya koordinasi yang baik antara setiap anggota divisi di Radio Heartline dalam menangani suatu *event*. Hal tersebut berakibat pada adanya pemahaman yang berbeda sehingga menghambat kinerja satu sama lain. Selain itu, perusahaan kurang cepat dalam menanggapi pertanyaan maupun kritik yang datang dari masyarakat mengenai suatu *event*.
2. Kurangnya penelitian terlebih dahulu sebelum menyelenggarakan suatu event. Hal itu berakibat pada kurangnya daya tarik masyarakat mengenai event yang diadakan. Selain itu, dalam pelaksanaannya, seringkali *event* yang diadakan menciptakan kesan yang monoton.

### 3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Kendala yang dihadapi dalam melakukan aktivitas dalam divisi *Event and Promotion* Heartline membuat penulis berupaya dalam mencari solusi yang terbaik guna dapat tetap menjalankan praktek kerja magang dengan baik. Solusi-solusi tersebut antara lain:

1. Perlunya memiliki gaya komunikasi yang baik agar pesan yang disampaikan dapat dipahami antara setiap divisi di Radio Heartline 100,6 FM. Selain itu, kesadaran mengenai kecepatan dalam menanggapi segala testimoni yang datang juga penting guna menjaga citra dan reputasi perusahaan tetap baik di mata publik.
2. Pentingnya menambahkan tahapan *research* dan *design* seperti yang dikemukakan oleh Goldbatt (2002, h.16). Tahap *research* diperlukan untuk mengurangi kegagalan suatu *event* dengan melakukan penelitian mengenai kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi khalayak akan tema suatu *event*. Hal ini bertujuan untuk menarik lebih banyak animo masyarakat akan *event* yang diadakan. Tahap *design* juga diperlukan agar memacu kreativitas setiap anggota divisi agar dapat menciptakan *event* yang dapat meninggalkan kesan mendalam bagi para pengunjung atau publik. Tahap tersebut dapat dimasukkan dalam tahap *pre-event*.

UMMN