



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Profesi *Marketing Communication* sangatlah penting bagi sebuah perusahaan. Menurut Kennedy dan Dermawan (2009, p. 4) *marketing communication* adalah praktik komunikasi yang bertujuan untuk mendukung kegiatan promosi dan pemasaran bagi sebuah perusahaan, yang hasilnya sangat bergantung pada berbagai macam bentuk media yang digunakan, daya tarik pesan, serta frekuensi penyajian. Tugas utamanya adalah memberikan informasi serta membangun komunikasi yang baik dengan semua *stakeholder* perusahaan, baik dengan *customer* mereka, *partnership*, maupun karyawan internal perusahaan untuk meningkatkan *brand* di mata konsumen. Tak heran jika aktivitas yang dilakukan oleh *marketing communication* dapat mempengaruhi pendapatan dari sebuah perusahaan (Virmansyah, 2017, para 1). Dilansir dalam Kompasiana.com, semua bidang bisnis termasuk bisnis *food and baverage* seperti restoran dalam mengembangkan bisnisnya harus bisa beradaptasi dengan sistem yang baru untuk membuat para konsumen merasa nyaman dan terfasilitasi dengan kualitas dan kuantitas yang dimiliki oleh restoran tersebut. Hal-hal tersebut bisa meliputi pembayaran, penjualan, dan promosi. Tiga hal tersebut bisa dibilang cukup penting bagi para pebisnis restoran untuk mendongkrak kemajuan dan pengembangan restoran (Yuliarti Kurniaprarni, 2019, para 1). Saat ini, strategi promosi guna memberikan informasi yang paling banyak digunakan oleh banyak pihak *marketing communication* di banyak perusahaan biasanya menggunakan peran *event*. *Event* ini dianggap sebagai salah satu strategi yang paling efektif.

PT Akasa Boga Kreasindo merupakan salah satu perusahaan di bawah naungan JHL Group membutuhkan peran *marketing communication* untuk membangun komunikasi dengan konsumen akan URO Japanese Restaurant, Royal Eight Chinese Restaurant, dan Empress China Bar yang merupakan *outlet* restoran di bawah naungan PT Akasa Boga Kreasindo melalui *event*. Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, dalam penulisan laporan magang ini tertarik

untuk membahas aktivitas *event management* yang dilakukan oleh divisi *marketing communication* di PT Akasa Boga Kreasindo. Tujuan dilakukannya kerja magang di PT Akasa Boga Kreasindo karena perusahaan ini masih baru dan di bawah naungan JHL Group. Berlokasi di hotel bintang 5 pertama di Kawasan Gading Serpong yaitu Hotel JHL Solitaire sehingga banyak aktivitas yang dilakukan *marketing communication* untuk memperkenalkan URO Japanese Restaurant, Royal Eight Chinese Restaurant, dan Empress China Bar kepada penduduk di sekitar Gading Serpong. Selain itu juga dapat belajar banyak dan mendalami tentang *marketing communication* di perusahaan ini.

1.2 Maksud Dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan melakukan kerja magang ini adalah:

1. Menambah pengetahuan terkait aktivitas *marketing communication* di bidang *food and beverage*.
2. Melatih untuk bekerja sama dengan tim dalam dunia kerja di divisi *marketing communication*.
3. Meningkatkan kreativitas dalam mengelola *event*.
4. Meningkatkan *skill lobbying* dan negosiasi yang sangat diperlukan dalam perencanaan *event*.

1.3 Waktu Dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Rangkaian kerja magang yang dilakukan dimulai dari tanggal 1 Agustus hingga 8 November 2019. Praktik kerja magang dilakukan di PT Akasa Boga Kreasindo yang beralamat di Hotel JHL Solitaire (Jl. Gading Serpong Boulevard, Curug Sangereng, Klp. Dua, Tangerang, Banten) sebagai *Marketing Communication*. Kerja magang dilakukan setiap Senin sampai Jumat dimulai pada pukul 10.00 WIB dan pulang pada pukul 18.00 WIB serta Sabtu dengan jam kerja disesuaikan dengan *event* pada hari tersebut. Selama melakukan kerja magang, diwajibkan mengenakan pakaian formal yang sopan layaknya pakaian orang bekerja pada umumnya.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Sebelum melakukan praktik kerja magang ini, ada prosedur yang harus diikuti. Prosedur tersebut terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

1. Mengikuti penyuluhan mengenai prosedur dan pelaksanaan terkait praktik kerja magang yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara untuk mahasiswa jurusan ilmu komunikasi.
2. Mencari perusahaan yang membuka peluang magang bagi jurusan yang dituju sesuai dengan jurusan yang penulis ambil yaitu *Public Relation* dengan konsentrasi pada *Marketing Communication*.
3. Membuat *curriculum vitae* (CV) serta *cover letter* yang akan digunakan untuk melamar ke perusahaan serta mengajukan permohonan kepada pihak BAAK untuk mendapatkan transkrip nilai dari BAAK. Kemudian dokumen – dokumen tersebut dikirimkan melalui *e-mail* kepada perusahaan.
4. Setelah menunggu balasan dan mendapatkan balasan dari perusahaan, kemudian penulis mendatangi perusahaan untuk memastikan secara langsung untuk mengikuti tahap *interview*. *Interview* dilakukan sebanyak dua kali, pertama penulis diwawancarai oleh Bapak Sharif Hidayat selaku *Marketing Manager* di PT Akasa Boga Kreasindo dan wawancara kedua diwawancarai oleh Bapak Randy Steven Zain selaku *Human Resource Development* (HRD) di PT Akasa Boga Kreasindo.
5. Setelah melewati tahap *interview*, penulis dinyatakan diterima di PT. Akasa Boga Kreasindo pada 7 Juli 2019 dan ditempatkan dalam divisi *Marketing Communication* serta akan dibimbing oleh Ibu Monalisa Patrice. Terhitung dari tanggal 1 Agustus 2019 mulai melakukan kerja magang sesuai kesepakatan yaitu selama 60 hari kerja.
6. Mengajukan *form* Kartu Magang kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan surat pengantar dari Universitas Multimedia Nusantara yang isinya menyatakan bahwa penulis akan menjalankan praktik kerja magang di PT Akasa Boga Kreasindo dan juga mendapatkan *form* kehadiran magang untuk absensi penulis di perusahaan.

7. Penulis memberikan surat pengantar dari Universitas Multimedia Nusantara dan selanjutnya penulis mendapatkan surat balasan berupa surat penerimaan resmi dari perusahaan.