



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

Menurut Tjiptono (2008, h. 219) komunikasi pemasaran atau yang bisa disebut *Marketing Communication* yang sering disingkat MARCOMM adalah aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Komunikasi pemasaran yang diberikan dapat meningkatkan pengetahuan konsumen tentang produk dan merek dari perusahaan tersebut, sehingga membuat konsumen percaya untuk menggunakan produk dari merek tersebut. Sebagai *Marketing Communication* harus mengetahui, bagaimana kita menjual dan mempromosikan sebuah barang sehingga mudah diketahui dan dipahami oleh konsumen.

Semakin bertambahnya tahun, akan semakin banyak persaingan terutama dalam dunia pekerjaan. Dengan adanya persaingan ini menuntut manusia terutama mahasiswa, untuk menjadi sumber daya yang berkualitas dan mampu bersaing di dalam dunia kerja, agar dapat memperoleh pekerjaan. Sebagai seorang mahasiswa dituntut untuk memiliki kemampuan yang baik dalam bidangnya, agar dapat memenangkan persaingan dalam dunia kerja. Dengan memiliki pengetahuan, kemampuan dan menguasai bidangnya ini akan membuat seorang mahasiswa dapat melaksanakan dan bertanggung jawab atas pekerjaan yang dilakukannya dengan baik.

Marketing Communication dalam perusahaan *Event Organizer* sebagai sarana untuk memberikan informasi kepada suatu perusahaan, menjaga dan meningkatkan loyalitas, menciptakan awareness yang tinggi, memperkuat brand dan *image*, dan untuk menarik pelanggan dan pesaing, membuat dan melaksanakan pemasaran dalam menarik *client* dengan berbagai strategi yang dimiliki. (Tjiptono (2008, h. 219)

Berikut keunggulan dari *Marketing Communication* dalam perusahaan *Event Organizer* yaitu : Dapat berinteraksi secara langsung dan tidak langsung,

memperkenalkan citra perusahaan, menciptakan pengalaman dari event yang dilaksanakan, dapat menjalin hubungan yang baik, menarik perhatian yang baik dari *client* terhadap perusahaan, dan dapat menjelaskan *event* dengan baik kepada pihak yang ingin diajak bekerjasama.

PT. Wahana Kemalaniaga Makmur atau yang sering disingkat WAKENI, adalah penyelenggara pameran yang berkomitmen, untuk mempromosikan pameran dagang di Indonesia. Dengan ruang lingkup bisnis seperti plastik dan karet, pengemasan dan pencetakan, manufaktur *furniture*, pengikat, suku cadang dan komponen otomotif, industri logam dan peralatan. WAKENI memberikan acara kelas dunia di Indonesia, memberikan kepada peserta pameran lokal, regional dan internasional dengan keahlian yang tak tertandingi dan pengetahuan pasar yang mendalam. Komitmen kuat WAKENI terhadap inovasi berkelanjutan dalam industri pameran telah mendukung pertumbuhan dan pengembangan berbagai pertunjukan bisnis ke bisnis yang cepat.

PT Wahana Kemalaniaga Makmur terbentuk karena adanya kebutuhan, yaitu berawal dari pemilik WAKENI mengikuti pameran dan membuka *booth* dengan menjual produk-produk yang dimiliki oleh pemilik. Pemilik juga mengikuti pameran secara rutin di setiap tahunnya. Lalu pemilik dari WAKENI akhirnya berinisiatif untuk membentuk sendiri perusahaan *Event Organizer*, dan sudah berdiri selama 25 tahun hingga sekarang. Berawal dari membuka *booth* akhirnya memiliki *Event Organizer* sendiri dan terbentuklah PT Wahana Kemalaniaga Makmur.

Alasan penulis magang di PT Wahana Kemalaniaga Makmur karena tertarik dan menyukai di bidang *Event Organizer*, WAKENI juga sudah memiliki banyak pengalaman yang tidak diragukan lagi dan sangat konsisten dengan *event* yang dibuatnya, bahkan setiap 1 tahun sekali bisa 2-3 kali event yang diadakan dan semua berjalan dengan baik dan lancar. WAKENI juga membuat acara seminar, pembicara dalam acara seminar yang diadakan oleh WAKENI sangat berkualitas yaitu perusahaan-perusahaan besar baik dalam negeri maupun luar negeri. Yang mengikuti acara pameran pun tidak hanya negara kita saja tetapi internasional pun turut serta mengikuti acara yang dibuat oleh PT Wahana Kemalaniaga Makmur.

Penulis ingin banyak mendapatkan pengalaman berharga di perusahaan ini dan ingin banyak mendapatkan pelajaran untuk menambah pengetahuan penulis. Penulis juga ingin mempelajari hal baru yaitu bekerja sebagai seorang *Marketing Communication* di perusahaan *Event Organizer*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Maksud dari kerja magang adalah untuk mendapatkan pengalaman dan kemampuan dalam hal :

1. Mengatasi dan menghadapi masalah yang akan dihadapi di dunia kerja.
2. Beradaptasi dengan lingkungan di tempat kerja.
3. Menambah relasi dan saling berbagi pengalaman.
4. Mendapatkan pelajaran dan pengalaman baru di dunia kerja.
5. Membangun profesionalisme dalam dunia kerja.
6. Dapat bertanggung jawab dalam menyelesaikan segala sesuatu di tempat kerja.
7. Mempelajari segala sesuatu yang baru di tempat kerja.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari kerja magang adalah untuk mendapatkan pengalaman dan kemampuan dalam hal :

1. Menambah pengetahuan dan pengalaman selama kerja magang sebagai *Marketing Communication* (MARCOMM).
2. Menambah keahlian dalam menghadapi konsumen untuk bekerjasama dengan perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Kerja magang dilaksanakan dari tanggal 2 September 2019 sampai dengan 20 Desember 2019 di PT. Wahan Kemalania Makmur (WAKENI). Prosedur dari pelaksanaan kerja magang di PT. Wahana Kemalania Makmur (WAKENI) adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa magang datang ke kantor yang bertempat di Komplek Perkantoran Graha Kencana CH-CI, Jl. Raya Perjuangan No.88, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, Jakarta 11530.
- b. Magang mengikuti hari kerja yaitu Senin sampai Jumat,
- c. Jam masuk kerja pukul 08.00 WIB dan pulang pada pukul 17.00 WIB, dengan istirahat pada pukul 12.00 WIB – 13.00 WIB

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Prosedur yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut : Penulis mengirimkan CV (*Curriculum Vitae*) melalui email kepada perusahaan PT Wahana Kemalania Makmur (WAKENI) pada tanggal 22 Agustus 2019, melalui email yang penulis dapatkan melalui website dari perusahaan tersebut. Keesokan harinya setelah mengirimkan CV (*Curriculum Vitae*), penulis di hubungi oleh bagian HRD (*Human Resources Departement*) dari perusahaan tersebut, bahwa pihak mereka telah menerima email yang penulis kirimkan, dan langsung mengatur jadwal untuk datang langsung ke kantor dan melakukan wawancara, setelah mendapatkan kabar baik tersebut penulis langsung mengurus surat KM-01 dan KM-02 dari kampus bahwa penulis bisa magang di PT. Wahana Kemalania Makmur (WAKENI).

Pada tanggal 26 Agustus ini adalah hari dimana penulis melakukan wawancara langsung di kantor PT Wahana Kemalania Makmur. Pada hari itu juga penulis langsung dikabari bahwa penulis diterima untuk magang di perusahaan tersebut di bidang *Marketing Communication*. Setelah wawancara penulis dan pihak perusahaan langsung menentukan tanggal untuk memulai magang yaitu pada tanggal 2 September 2019. Lalu dihari pertama penulis bekerja di tempat magang, penulis langsung memberikan surat yang diberikan dari pihak kampus kepada perusahaan di tempat penulis magang. Surat pernyataan di terima dan penulis langsung mengurus surat tersebut kemudian diberikan kepada BAAK, untuk mengambil KM-03 sampai dengan KM-07.

Selama pelaksanaan magang penulis di bimbing oleh Silvia yang menjabat sebagai Senior *Marketing Communication* di PT Wahana Kemalania Makmur. Penulis dibimbing selama tiga bulan dari pertama bekerja magang hingga berakhirnya magang, penulis juga dibantu oleh rekan kerja yang lainnya selama

magang di perusahaan tersebut. Pada awal kerja magang penulis bekerja sebagai seorang *Marketing Communication*.

Selama bekerja di perusahaan tersebut penulis membantu Silvia Angela sebagai pembimbing penulis, untuk mencari Asosiasi dan *Media Partner* untuk bekerjasama dengan pameran yang akan dilaksanakan. Penulis ditugaskan untuk mencari alamat perusahaan, *email*, nomor *telephone* dan *website* dari perusahaan yang mau diajak kerjasama. Setelah semua terkumpul penulis langsung mengirimkan surat permohonan kerjasama, surat *agreement*, dan brosur dari acara yang akan diadakan melalui *email* dari perusahaan yang ingin diajak kerjasama. Selama kerja magang, penulis berkesempatan mengikuti *event* pameran yang diadakan oleh perusahaan dimana tempat penulis bekerja. Dalam pameran tersebut penulis diajarkan banyak hal dalam mempersiapkan dan melaksanakan *event* saat hari H pameran.