



### **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

Saat ini banyak event yang diselenggarakan untuk meningkatkan komunikasi dengan konsumen. Namun salah satu jenis *event* yang jarang kita temui atau ketahui adalah *event business to business*. Jenis event ini merupakan *event* yang dikelola oleh suatu perusahaan yang target *audiencenya* juga merupakan organisasi terkait dengan perusahaan penyelenggara event. *Event* itu sendiri merupakan media yang dapat bertujuan untuk mengenalkan sebuah *brand* kepada masyarakat. Namun tidak hanya itu, *event* juga dapat menjadi juga media komunikasi untuk menyampaikan informasi dan pesan kepada publik. Informasi dan pesan yang disampaikan melalui sebuah *event* mengandalkan interaksi antara perusahaan dengan khalayak atau konsumen. Dari interaksi tersebut perusahaan atau pemasar tersebut dapat secara langsung mendapatkan respon dari khalayak atau konsumen yang menjadi target dari pasar.

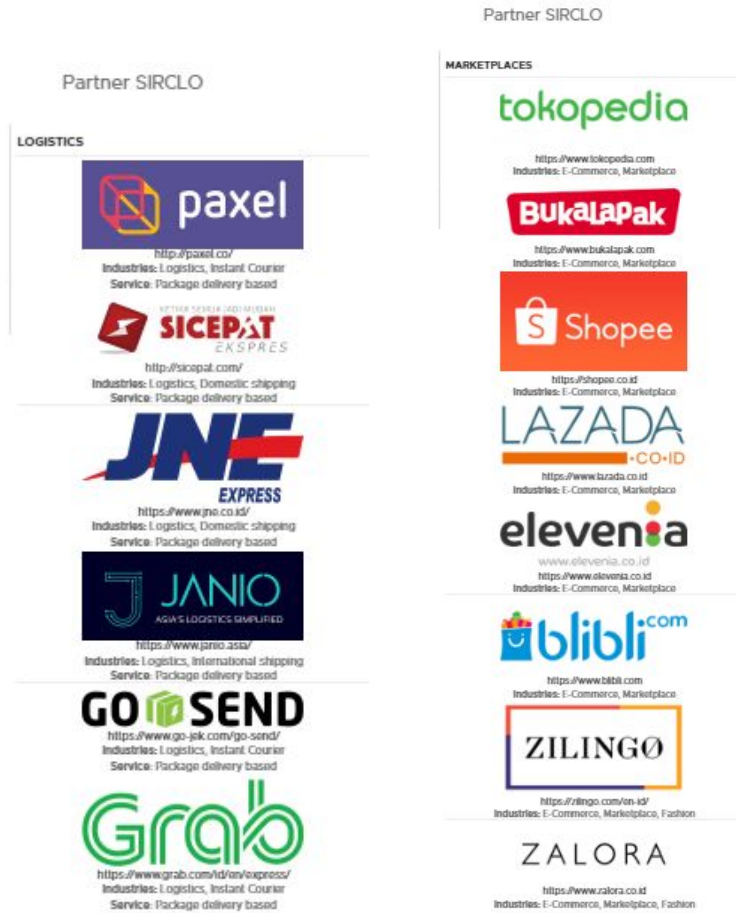
Pada *Business to Business*, penting suatu perusahaan untuk berkomunikasi ataupun berdialog dengan pelaku bisnis lainnya, sehingga *event* dapat menjadi salah satu pilihan yang dapat digunakan sebagai media komunikasi tersebut. *Special event* menurut Goldblatt (1990) adalah suatu kegiatan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam empat hal penting: secara sensual, secara fisik, secara emosional, dan secara intelektual. Dampak akhir dari sebuah special event adalah pada pikiran seseorang. Secara berurutan *special event* harus terlebih dahulu mendapatkan respon sensorik yang kemudian akan menciptakan kesempatan untuk partisipasi secara fisik, memastikan tingkat keterlibatan aktif. Setelah diinvestasikan secara fisik, peserta akan lebih bersantai, membuka pengalaman, dan membuat komitmen emosional. Saat ikatan emosional diinvestasikan, pikiran dapat bergerak, yang memungkinkan peserta untuk mendapatkan pengalaman baru.

Melalui kegiatan khusus perusahaan berusaha menarik perhatian publik terhadap perusahaannya maupun produk yang ditawarkannya, dalam kajian ini adalah PT Lingkar Niaga Solusindo atau SIRCLO yang *berdialog* dengan *partner* kerjanya dalam acara SIRCLO Dialog. SIRCLO ini membantu *local preneur* melakukan penjualan produk agar para pembeli semakin mudah untuk melakukan pemesanan via *online*, melalui *platform* toko *online* yang mudah dikelola, dan dengan harga terjangkau dengan melalui SIRCLO Store.

PT Lingkar Niaga Solusindo atau SIRCLO menjadi salah satu perusahaan *business to business* yang mampu menjalin relasi dan *dialog* yang baik bersama *partner* kerjanya lewat *event* SIRCLO Dialog tersebut. SIRCLO Dialog itu sendiri adalah sebuah *workshop e-commerce* yang membantu pemilik bisnis untuk mengenali potensi *e-commerce*, memasarkan bisnis secara *online* dan cara membuat *website* toko *online* dengan mudah. Acara ini cocok untuk pemilik bisnis yang ingin berkembang secara *online* dan sadar akan pentingnya *branding*. *Workshop* dari SIRCLO Dialog dapat menambah pengetahuan di bidang *e-commerce* bagi pemilik bisnis yang sudah atau akan memiliki bisnis *online fashion* wanita, *fashion* pria, *fashion* anak-anak, *fashion* muslim, perlengkapan ibu dan anak, perlengkapan dan perabotan rumah tangga, kecantikan, aksesoris, hobi dan kerajinan tangan, makanan dan minuman, serta *gadget* dan elektronik.

Lewat *Workshop* SIRCLO Dialog ini pula pemilik bisnis dapat belajar lebih dalam tentang cara membuat *website* toko *online* dengan mudah di *workshop* SIRCLO Dialog. *Website e-commerce* berguna bagi pemilik bisnis untuk menunjukkan kredibilitas dan profesionalisme, memproses order dan mengelola stok produk, serta memperkuat *branding* bisnis *online*. Dengan jasa *platform e-commerce* di Indonesia seperti SIRCLO, membuat *website* toko *online* tidak lagi memakan waktu yang lama apalagi biaya yang mahal. SIRCLO telah dipercaya oleh lebih dari 50.000 bisnis lokal membuat *website* untuk berjualan *online*, sekitar 1000 diantaranya menggunakan paket berbayar dan melakukan bisnis mereka dengan mudah.

Berikut adalah daftar *partner* yang telah bekerjasama dengan SIRCLO.



Gambar 1.1 Partner Kerja SIRCLO

Dari daftar *partner* kerja SIRCLO tersebut, penulis secara pribadi merasa bahwa SIRCLO sudah berhasil menjalankan perusahaannya dengan baik, sehingga dipercaya oleh partner kerjanya. Oleh sebab itulah, penulis melakukan praktek kerja magang di SIRCLO. Alasannya agar penulis dapat mengetahui dan mengimplementasikan aktivitas divisi *event* dengan baik sesuai dengan yang sudah dipelajari di perkuliahan khususnya di perusahaan SIRCLO yang menangani bidang bisnis *online/ marketplace*.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis melaksanakan praktek kerja magang di SIRCLO adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mengimplementasikan aktivitas divisi *event* dengan baik sesuai dengan yang sudah dipelajari di perkuliahan khususnya di SIRCLO.
2. Untuk meningkatkan kemampuan perencanaan kegiatan *event* dan strategi pengelolaannya, serta meningkatkan profesionalitas dalam kerja tim khususnya di divisi *event*.

### **1.3 Waktu Dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Program kerja magang yang dilakukan oleh penulis telah berlangsung sejak 9 Agustus 2019 sampai dengan 9 November 2019. Untuk pelaksanaan kerja magang, penulis melaksanakannya pada hari senin, selasa, kamis, dan jumat pada pukul 09.00 sampai dengan 18.00 WIB.

Adapun prosedur kerja magang yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Penulis mengajukan permohonan program kerja magang ke prodi Ilmu Komunikasi yang selanjutnya akan ditandatangani oleh bapak Inco Hary Perdana selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, tujuannya sebagai syarat perijinan kerja magang di perusahaan yang dituju oleh penulis.
2. Penulis mengajukan kerja magang ke perusahaan yang dituju dengan menyertakan surat pengantar kerja magang yang sudah ditandatangani.
3. Setelah menerima konfirmasi penerimaan kerja magang di perusahaan yang dituju, penulis menyerahkan surat keterangan diterimanya magang kepada pihak kampus untuk mendapatkan kartu kerja magang berikutnya sebagai syarat menjalankan kerja magang.
4. Penulis melengkapi pengisian kartu magang selama proses berjalannya kerja magang di perusahaan.
5. Setelah program kerja magang berakhir, penulis membuat laporan kerja magang yang nantinya akan diserahkan dan dipresentasikan kepada pihak kampus.