



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 III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis diterima di PT.Liputan enam dot com (Kapan Lagi Youniverse) untuk melaksanakan kerja magang pada divisi *Marketing Komunikasi*.. Di Divisi *Marketing Komunikasi* penulis bekerja di bagian *event*. Di Divisi Markom ini penulis memiliki tugas untuk membantu melaksanakan pekerjaan *Marketing* bagian ini. Penulis dibimbing oleh Bapak Muhammad Adam Saputra sebagai pembimbing lapangan yang menjabat sebagai *General Manager Direktorat Marketing*.

Pada minggu pertama penulis masuk, penulis ditugaskan untuk mendesain ulang *draft* acara “Sosok Merdeka” , selain itu penulis juga ditugaskan untuk membuat *power point* laporan FIMELAHOOD Gathering *Event*, yang berisikan testimoni Instagram dari kerjasama Rexona x Fimela, yang dengan hastag #FimelaReviewRexona .

3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis bekerja di Kapan Lagi Youniverse sebagai staff *Marketing Komunikasi*. Berikut beberapa tugas yang telah dilakukan oleh penulis :

DATABASE			
No.	Pekerjaan	Koordinasi	Hasil
1.	Meng <i>compile</i> data untuk laporan Fimelahoood Gathering <i>Event</i>	Pak Madya Okky Lesma Riyadi. Pak Mohammad Adam	PPT berisi testimoni Rexona x Fimela di Instagram

2.	Memindahkan tulisan dari 7 gambar	Ibu Jaqueline Susanto Susanto	7 data docs
3.	Memindahkan tulisan dari 3 gambar	Ibu Jaqueline Susanto	3 data doks
EVENT MANAGEMENT			
No.	Pekerjaan	Koordinasi	Hasil
1.	Membuat <i>draft</i> acara “Sosok Merdeka”	Pak Mohammad Adam	PPT “Sosok Merdeka”
2.	Membuat <i>draft</i> untuk acara Women Conference	Pak Mohammad Adam	PPT “Women Conference”
3.	Mendesain <i>draft</i> untuk acara “Forum Bawa Perubahan”	Pak Mohammad Adam	PPT “Forum Bawa Perubahan”
4.	Mencari Topik untuk acara “Forum Bawa Perubahan”	Pak Mohammad Adam	Topik
5.	Merevisi topik dan bintang tamu acara “Sosok Merdeka”	Pak Mohammad Adam	Topik Sosok Merdeka nya jadi seorang guru
6.	Membuat nama untuk acara terbaru socia	Pak Mohammad Adam	Nama Acara “ Beauty Sociaety “
7.	Membuat <i>draft</i> untuk acara Sociaety Summer Beauty Camp	Ibu Jaqueline Susanto	PPT Sociaety Summer Beauty Camp

8.	Briefing untuk jaga stand di media day	Ibu Nabila Firdanisa Maharani	Hal apa saja yang perlu di perhatikan saat acara berlangsung
9.	Jaga <i>Booth</i> di acara Media day	Ibu Nabila Firdanisa Maharani	Stand terjaga dengan aman
10.	Merevisi <i>draft</i> Sociaety Summer Beauty Camp	Ibu Jaqueline Susanto	PPT Sociaety Beauty Camp
11.	Mencari influncer lelaki penggemar mobil/motor	Ibu Jaqueline Susanto	PPT berisikan biodata dan sosialblade 13 <i>influencer</i>
12.	Mencari masing – masing 3 café atau <i>restaurant</i> di 6 kota	Ibu Jaqueline Susanto	PPT berisikan 3 café atau <i>restaurant</i> di 6 kota

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama proses pelaksanaan kerja magang penulis mengerjakan beberapa tugas yang berhubungan dengan acara dan mendapat kesempatan untuk ikut *event* yang di partisipasi oleh perusahaan. Berikut ini merupakan jabaran lebih lanjut mengenai pekerjaan yang telah di lakukan penulis selama kerja magang di KLY :

A. Rexona X Fimelahood Gathering *Event* Report

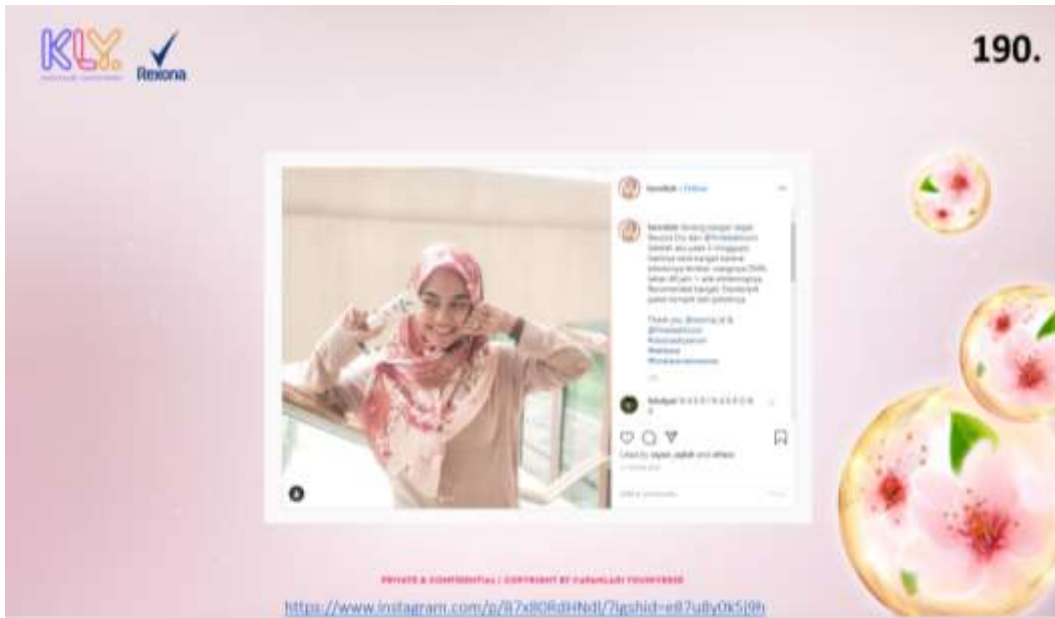
Pada hari pertama kerja penulis yaitu 6 Januari 2020, penulis ditugaskan oleh Bapak Ramon untuk meng-*compile* data *review* untuk produk Rexona Dry Serum. *Detail*

pekerjaan yang dilakukan penulis adalah dengan meng-*screenshot* , meng-*crop*, dari link yang diberikan, dan kemudian dimasukkan ke dalam *power point*, yang diberikan detail seperti *url link*, dan nomor. Pada hari pertama bekerja penulis diberikan lebih dari 200 *link* Instagram untuk dikerjakan, pada hari berikutnya penulis diberikan link secara reguler untuk menambahkan data pada *power point* yang sudah dibuat sebelumnya. Total *review* yang sudah di kumpulan penulis berjumlah 322.



Sumber: Perusahaan KLY

Gambar 3.1 Tampilan Cover PPT Rexona x Fimelahood



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.2 Tampilan Slide dalam PPT Rexona x Fimelhood



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.3 Bukti percakapan dengan Bapak Okky untuk tugas PPT Rexona x Fimelhood

B. Membuat *draft* acara “Sosok Merdeka”

Pada tanggal 7 Januari 2020 penulis diberikan tugas oleh Bapak Mohammad Adam untuk membuat *draft* atau presentasi untuk acara Sosok Merdeka. Detail pekerjaan yang penulis lakukan adalah mendesain presentasi, memilih 4 kandidat yang sesuai dengan acara sosok merdeka dari 10 narasumber. Tema acara Sosok Merdeka sendiri adalah “Yang Muda Bangun Indonesia” . Acara ini menargetkan peserta mahasiswa sebanyak 70 orang. Pada Awalnya, Acara Sosok Merdeka ini berencana mengundang narasumber yaitu Bapak Anies Baswedan selaku Gubernur DKI Jakarta, Bapak Agus Harimuti Yudhoyono selaku wakil Ketua Umum Partai Demokrat, Bapak Sandiaga Uno selaku Pengusaha Muda, dan Bapak Mardani .H selaku Ketua Himpi.

Namun pada tanggal 29 Januari 2020, Bapak Mohammad Adam memutuskan untuk mengubah tema dan narasumber menjadi seorang guru. Tema di ubah menjadi “Guru Sosok Pahlawan Tanpa Jasa”. Narasumber terbaru yang rencananya akan di undang adalah Dayang Suriyani selaku 50 Besar Guru Terbaik di Dunia 2017 , Nadiem Makarim selaku Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Ahmad Harris selaku guru yang terkenal karena rela menyebrangi laut untuk mengajar di NTT, dan Sarwendah selaku Guru yang mengajar di Pulau Flores. Acara Sosok Merdeka ini sebenarnya sudah pernah diadakan pada tahun 2014 namun konsepnya saja yang berbeda.

merdeka.com mencari 'Sosok Merdeka'

Senin, 11 Agustus 2014 18:20
Reporter : Nelly Hassani Rachmi



Sosok Merdeka 2014. ©2014 merdeka.com/imam buhori

Sumber : Merdeka.com

Gambar 3.4 Acara Sosok Merdeka Tahun 2014



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.5 PPT Acara Sosok Merdeka Sebelum dan Sesudah

C. Membuat PPT untuk Acara Women Conference

Pada minggu pertama, penulis diminta oleh Bapak Mohammad Adam untuk membuat acara dengan konsep Women Conference. Penulis perlu mendesain dan juga memikirkan nama acara, topik acara, konsep acara, target *audience*, dan tempat pelaksanaan acara. Penulis juga diminta untuk menuliskan PPT ini dalam Bahasa Inggris. Penulis akhirnya memutuskan acara ini dengan tema “*Encourage Hundreds Woman to Start Their Own Business*”. Tema ini bermaksudkan untuk mempertemukan para wanita sukses dari berbagai bidang, dan usia, untuk belajar dan memberdayakan dari diri satu sama lain untuk membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik untuk perempuan dan wanita, sambil memberikan peluang untuk menceritakan kisah mereka, pencapaian, dan menginspirasi wanita lain.

Acara ini menargetkan wanita berumur 25 – 49 tahun yang berkelas tengah ke atas, dan menargetkan jumlah peserta sebesar 3000 orang. Penulis berencana mengundang 2 pembicara dan 1 guest star. Untuk acara ini sendiri akan dikenakan biaya Rp.50.000 – Rp.100.000. Acara ini sendiri akan berlangsung selama 3 jam dan di adakan di Grand Atrium Mall Kota Kasablanka yang menurut penulis dapat memuat 3000 peserta. Penulis menyarankan beberapa kandidat untuk diundang menjadi pembawa acara dalam *event* ini, berikut list nya :

- Susi Pudjiastuti

Ex Minister of Maritime Affairs and Fisheries and Owner of PT ASI Pudiastuti

- Sri Mulyani Indrawati

Ex Director of the World Bank Group and Minister of Finance

- Kartini Muljadi

Owner of Tempo Scan Pacific Group

- Parwati Surjaudaja

President Director & CEO of Bank OCBC NISP

- Crystal Widjaja

Senior Vice President Business Intelligence Go-Jek

- Nilam Sari

Co-owner of Bebek Garang , Voila! , 360' Communication Agency

- Merry Riana

Entrepreneur, *Influencer*, Educator

- Ria Sarwono

Cotton Ink Co-Founder

Selain itu, penulis juga menyarankan mengundang beberapa guest star yaitu:

- Choi Si Won
- Afgansyah reza
- Tulus
- Isyana

Penulis memutuskan untuk memilih calon pembicara dengan kriteria yaitu wanita karir yang terkenal di bidangnya. Penulis memilih guest star dengan kriteria yaitu dapat menarik *audience* wanita yang berumur 25 – 49 tahun. Keputusan mengundang pembicara dan guest star akan diambil oleh perusahaan. Berikut *Event* Rundown yang telah dibuat penulis :

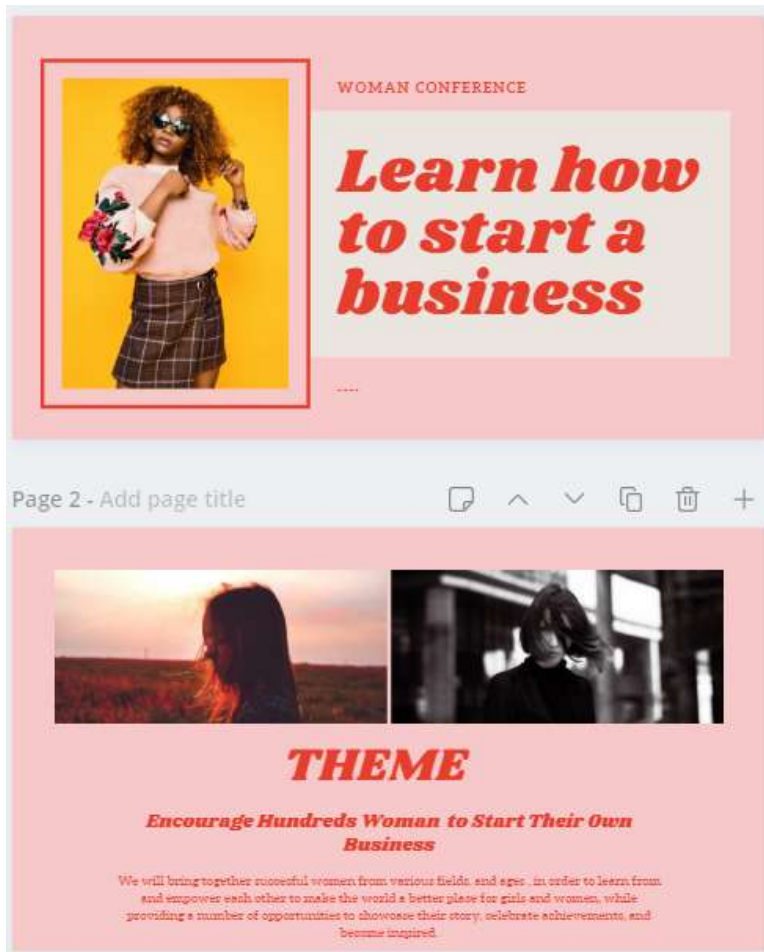


The image shows a graphic titled "Event Rundown" in red text on a light grey background. To the right of the title is a table with three columns: NO., WAKTU, and KEGIATAN. The table lists the following activities:

NO.	WAKTU	KEGIATAN
1	15.00 - 15.30	Registrasi
2	15.30 - 15.35	Pembukaan
3	15.35 - 16.05	Pembicara 1
4	16.05 - 16.20	Q&A Session
5	16.20 - 16.50	Pembicara 2
6	16.50 - 17.05	Q&A Session
7	17.05 - 17.20	Music (2 lagu)
8	17.20 - 17.50	Draw Lucky Audience
9	17.50 - 18.00	Closing

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.6 Rundown Acara Women Conference



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.7 Tampilan PPT Acara Women Conference

D. Membuat PPT untuk Acara “Forum Bawa Perubahan”

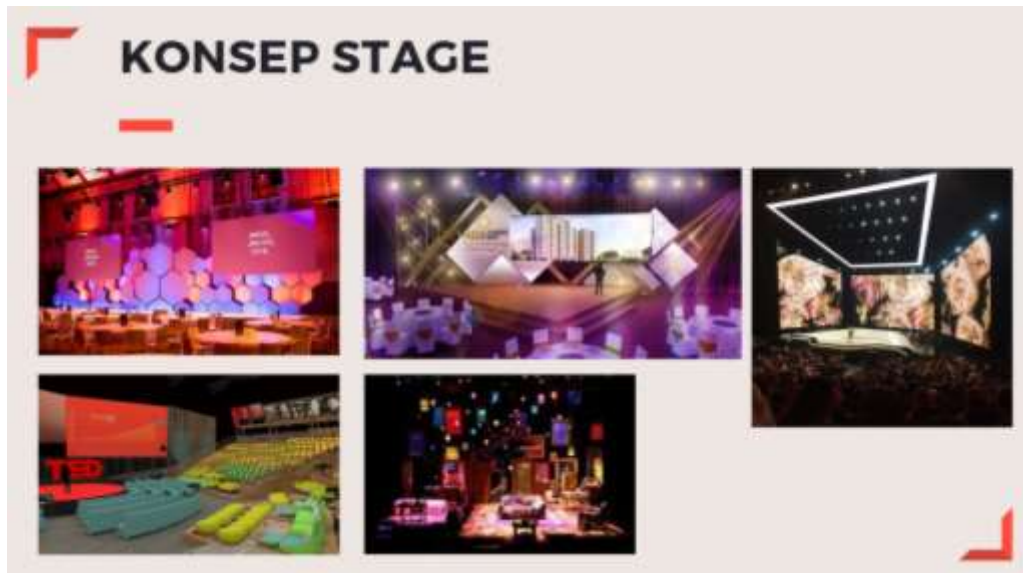
Pada minggu ke-3 bulan januari, penulis ditugaskan untuk mendesain PPT untuk Acara “Forum Bawa Perubahan” agar lebih sesuai dengan tema dan lebih rapi. Penulis mendesain PPT ini menggunakan kombinasi warna orange dan hitam untuk menyesuaikan dengan logo liputan 6 yang berwarna orange. Acara Forum Bawa Perubahan ini akan dibawakan oleh liputan 6. Acara ini sendiri akan diadakan 4 kali dalam setahun/ 3 bulan sekali. Penulis diminta memikirkan topik apa yang akan

digunakan untuk acara pertama. Acara pertama akan mengundang tokoh politik yaitu Erick Thohir dan Ahok. Topik yang akhirnya penulis putuskan adalah PT Pertamina kedepannya diharapkan membawa perubahan seperti apa, dengan Erick Thohir sebagai menteri BUMN, memilih Ahok sebagai Komisaris Utama BUMN . Proyek BUMN proses nya sudah sampai mana dan kendala apa saja yang dihadapi saat melaksanakan proyek ini. Penulis mencari berbagai referensi dari berita untuk mendapatkan topik ini. Sedangkan untuk konsep panggung penulis mendapatkannya dari pinterest.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.8 Tampilan PPT Forum Bawa Perubahan



Sumber: Dokumentasi Pribadi

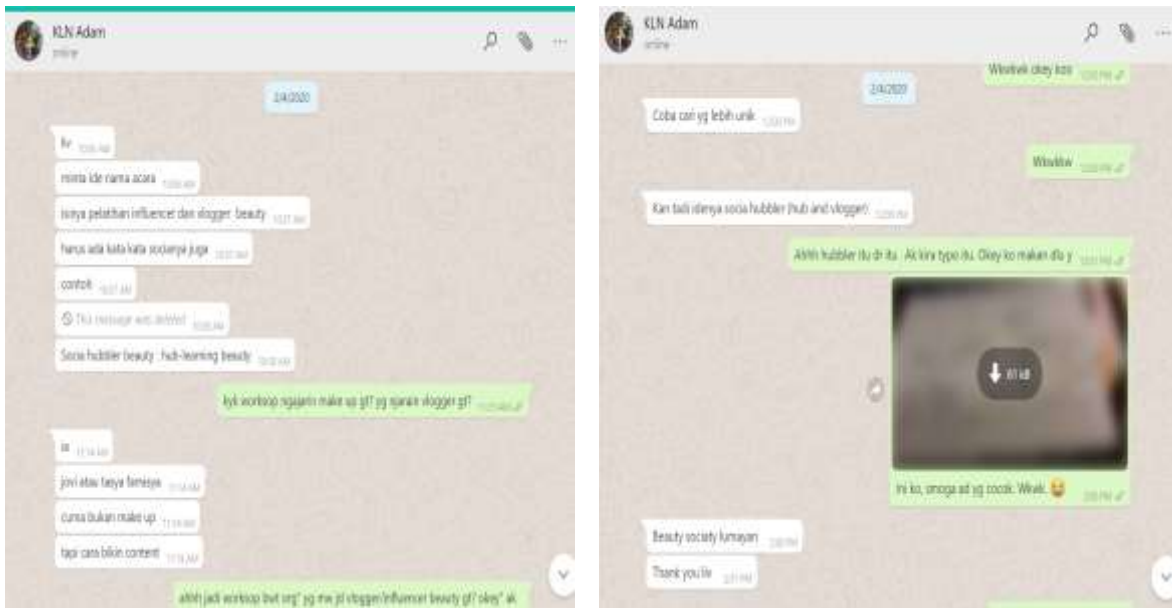
Gambar 3.9 Konsep panggung untuk Acara Forum Bawa Perubahan

Selain itu penulis juga diminta untuk mencari penyanyi untuk diundang, dan konsep panggung yang digunakan pada acara Acara “Forum Bawa Perubahan” ini. Penulis memilih penyanyi di bawah berikut ini berdasarkan artis Indonesia terpopuler 2019 di Spotify. Berikut kandidat yang penulis rekomendasikan :

- Tulus
- Sheila on 7
- Stephanie Poet

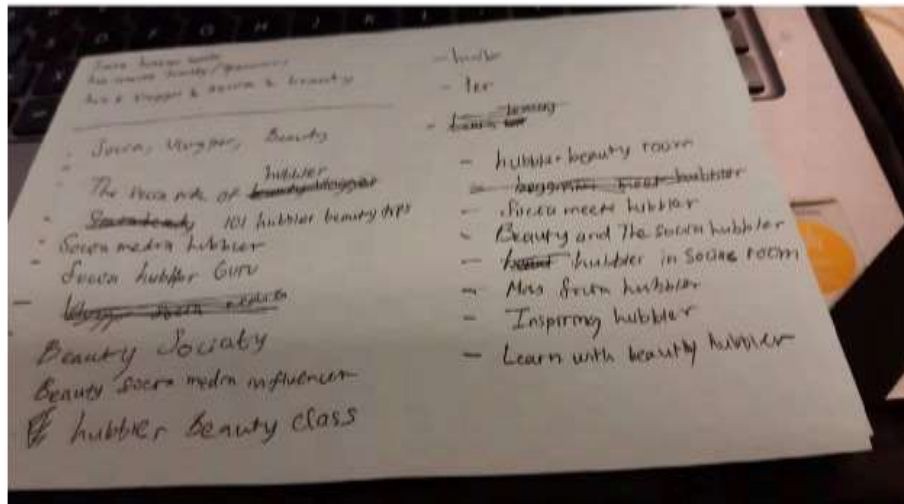
E. Membuat PPT untuk Acara Sociaety Summer Beauty Camp

Pada bulan februari, penulis diminta oleh Bapak Mohammad Adam untuk mencari nama acara terbaru Socia. Dengan kriteria melibatkan kata “Socia” dan menyesuaikan dengan konsep acaranya. Setelah berbagai trial dan error, akhirnya penulis berhasil membuat nama yang diterima yaitu “Beauty Sociaety”, yang kemudian dikembangkan oleh Ibu Jaqueline Susanto menjadi Sociaety Summer Beauty Camp.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.10 Percakapan dengan Bapak Mohammad Adam untuk Memutuskan Nama Acara

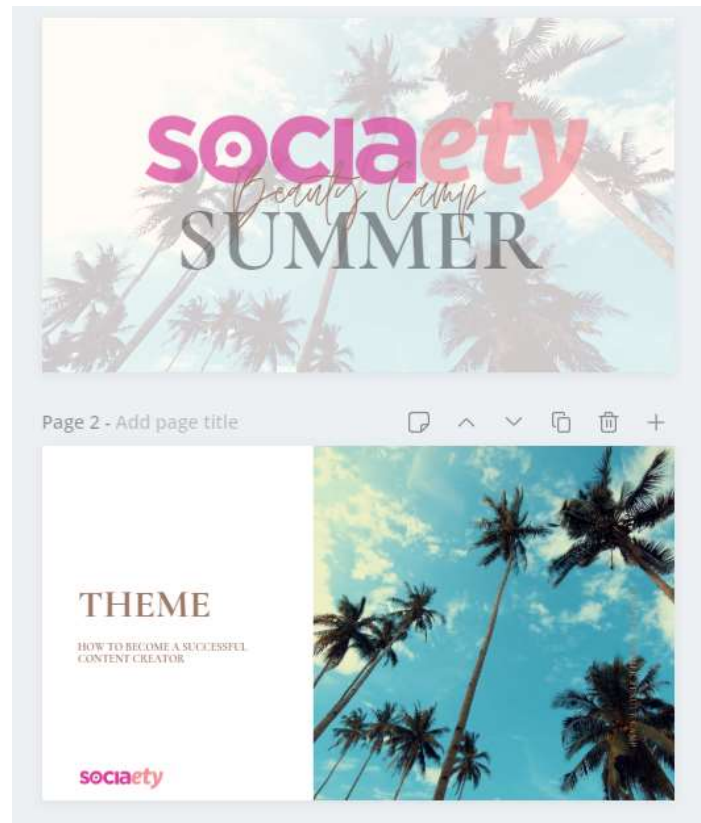


Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.11 Catatan Penulis dalam Membuat Nama Acara

Pada minggu depannya, penulis di minta ibu jaqueline untuk membuat PPT Sociaety Summer Beauty Camp. Penulis diminta untuk memasukkan tema acara, konsep acara, rundown acara, *target insight audience*, insight bintang tamu, Video Instagram terbaik yang dibuat oleh bintang tamu, waktu dan tempat dilaksanakannya acara. Penulis mendesain PPT ini dengan konsep summer yang melibatkan berbagai gambar yang berhubungan dengan pantai untuk menyesuaikan dengan nama acara ini.

Untuk *target insight* dan insight bintang tamu penulis perlu membuka website sosialblade dan memasukkan nama Instagram setiap target *audience* dan bintang tamu, yang kemudian penulis screenshot dan crop untuk dimasukkan ke dalam PPT. Sedangkan di bagian rundown acara penulis menambahkan foto – foto yang akan dikunjungi sesuai dengan rundown. Untuk *detail desain* PPT ini sendiri penulis menambahkan logo sociaety di setiap slidanya. Video yang penulis perlu cari adalah video Jovi Andhiguna dan Heidiana Tjahjadi, penulis memilih video sesuai dengan kriteria Ibu Jaqueline Susanto yaitu video yg menunjukkan Jovi Andhiguna dan Heidiana Tjahjadi saat mempromosikan produk.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.12 Tampilan PPT Sociaety Summer Beauty Camp

F. Menjaga *Booth* di Acara Media Day

Pada tanggal 18 februari 2020, Bapak Mohammad Adam meminta penulis untuk menghubungi Ibu Nabila untuk mengikuti *Event Media Day*. Penulis kemudian menanyakan Ibu Nabila apa saja yang perlu diperhatikan saat *Media Day*. Acara *media day* mulai pada jam.10 pagi hingga jam.4.30 sore. *Media day* di adakan di Indofood Tower Lt.38. Penulis kemudian membuat janji dengan Ibu Nabila untuk bertemu di kantor sebelum pergi ke Indofood Tower pada jam 8.30. Pada keesokan harinya penulis dan Ibu Nabila terjebak hujan di stasiun yang berbeda, akhirnya Ibu Nabila memutuskan untuk berangkat sendiri dan bertemu di Indofood Tower.

Setibanya penulis di Indofood Tower, penulis menghubungi Ibu Nabila dan perwakilan divisi sales yang sudah tiba terlebih dahulu. Penulis diminta pergi ke resepsionis untuk mendapatkan pass untuk staff media KLY. Penulis kemudian naik ke

Lt.38 untuk menjaga *booth* KLY. Penulis menemukan selain *booth* KLY ada juga *booth* Google, Line, Tokopedia, Kumparan, Shopback, Okezone dan Yummy. Selama media day berlangsung, penulis bertugas membantu menjaga tempat dan membagikan merchandise kepada orang yang datang ke *booth*. Penulis menjaga *booth* bersama Ibu Nabila.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.13 Booth KLY

Penulis mendapat pengalaman menyenangkan selama menjaga *booth* di Indofood Tower, seperti mencoba VR di *booth* Okezone, mendapat makan siang *buffet* yang nikmat, mendapat berbagai makanan dari *booth* sekitar, ada coffee time, mendapatkan *snack* kotak dan juga mendapatkan goodie bag yang berisikan produk – produk Indofood. Ketika acara selesai penulis di antarkan ke stasiun oleh *staff* KLY.

G. Mencari 10 *influencer* Penggemar Mobil/Motor/Travelling

Penulis ditugaskan oleh Ibu Jaqueliem untuk mencari 10 *influencer* penggemar mobil/motor/travelling berjenis kelamin pria. Kemudian penulis diminta untuk mencantumkan gambar sosialblade, jenis motor/mobil yang digunakan *influencer*, dan juga *Influencer* tersebut pernah bekerja sama dengan perusahaan apa saja. Selain itu

dalam pemilihan penulis harus memperhatikan data yang ada di sosialblade *influencer* seperti berapa tinggi engagement ratenya, dan jumlah followers nya. Berikut daftar *Influencer* yang penulis dapatkan :

- Gofar Hilman
- Den Dimas
- Arie Indra
- Fandy Christian
- Harald Arkan
- Alitt
- Ridwan Hanif
- Uda Dendy
- David Bayu

H. Mencari masing – masing 3 café atau *restaurant* di 6 kota

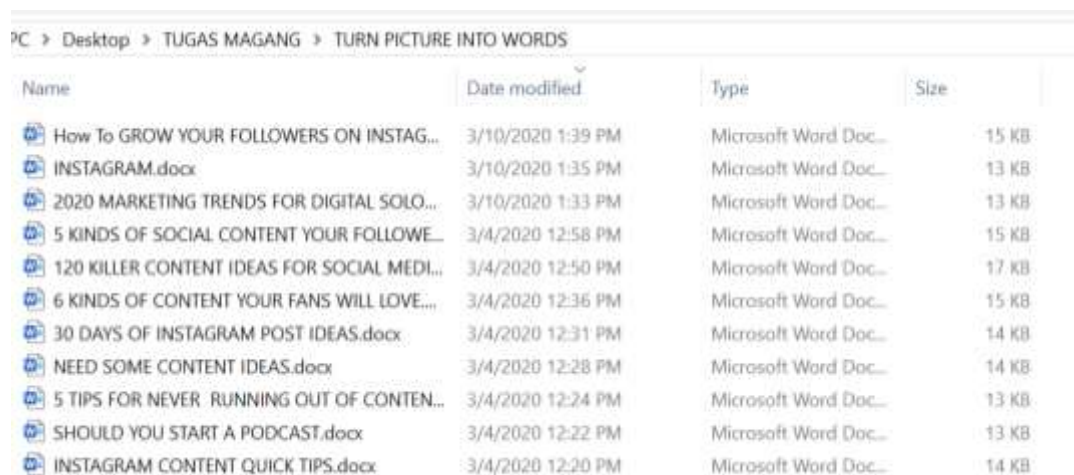
Penulis ditugaskan oleh Ibu Jaquelién untuk mencari *Café/Restaurant* yang instagramable/ indah untuk foto dan tempat yang cukup besar untuk 100 orang. 6 kota yang diminta ada Medan, Makassar, Jogja, Bandung, Malang, dan Surabaya. Hal pertama yang penulis lakukan adalah mencari di google tempat instagrammable di setiap kota, kemudian penulis menyeleksi ulang tempat yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan, setelah itu penulis mengambil foto, dan alamat café yang diinginkan ke dalam PPT.

Untuk kota Medan penulis menemukan café : The L.Co Coffee, Roemah Kopi Wak Noer, dan Junction Café. Untuk kota Makassar: Gravity sky lounge makassar, Mark Trees Café, dan Lontar Dining *Restaurant*. Kota Jogja : Mezzanine Jogja, Café Brick, dan Ekologi Desk & Coffee. Kota Bandung : Cakrawala Sparkling Nature *Restaurant*, Orofi Café by The Valley, dan Mana Café. Kota Malang : 15 Celsius The Skylounge, Inggil Museum Resto, dan Nakoá Café. Kota Surabaya: Mama Noi, Noach Cafe and Bistro,dan

Kuppel Biergarten & Bar. Menurut penulis tempat – tempat ini telah sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh Ibu Jaqueline Susanto, setelah PPT selesai penulis mengirimkan PPT ini kepada Ibu Jaquelline melalu gmail.

I. Memindahkan tulisan dari gambar

Penulis diminta oleh Ibu Jaqueline Susanto untuk memindahkan kata – kata yang ada di gambar menjadi tulisan. Pada tanggal 4 Maret, penulis diminta mengerjakan 7 gambar yang dikirimkan melalui Whatsapp. Pada tanggal 10 Maret, penulis diminta mengerjakan 3 gambar. Untuk mengerjakan ini penulis mencari tutorial di youtube untuk memindahkan gambar ke words. Cara yang ditemukan penulis adalah dengan memasukkan gambar ke OneNote, kemudian klik kanan mouse pilih copy text, setelah itu paste di Ms.Words. Hasil yang di copy kurang baik dari spasi dan penulisan masih banyak yang salah, penulispun memperbaikinya. Setelah selesai penulis mengirimkan data tersebut melalui email kepada Ibu Jaqueline Susanto. Berikut data yang penulis sudah buat :



Name	Date modified	Type	Size
How To GROW YOUR FOLLOWERS ON INSTAG...	3/10/2020 1:39 PM	Microsoft Word Doc...	15 KB
INSTAGRAM.docx	3/10/2020 1:35 PM	Microsoft Word Doc...	13 KB
2020 MARKETING TRENDS FOR DIGITAL SOLO...	3/10/2020 1:33 PM	Microsoft Word Doc...	13 KB
5 KINDS OF SOCIAL CONTENT YOUR FOLLOWE...	3/4/2020 12:58 PM	Microsoft Word Doc...	15 KB
120 KILLER CONTENT IDEAS FOR SOCIAL MEDI...	3/4/2020 12:50 PM	Microsoft Word Doc...	17 KB
6 KINDS OF CONTENT YOUR FANS WILL LOVE...	3/4/2020 12:36 PM	Microsoft Word Doc...	15 KB
30 DAYS OF INSTAGRAM POST IDEAS.docx	3/4/2020 12:31 PM	Microsoft Word Doc...	14 KB
NEED SOME CONTENT IDEAS.docx	3/4/2020 12:28 PM	Microsoft Word Doc...	14 KB
5 TIPS FOR NEVER RUNNING OUT OF CONTEN...	3/4/2020 12:24 PM	Microsoft Word Doc...	13 KB
SHOULD YOU START A PODCAST.docx	3/4/2020 12:22 PM	Microsoft Word Doc...	13 KB
INSTAGRAM CONTENT QUICK TIPS.docx	3/4/2020 12:20 PM	Microsoft Word Doc...	14 KB

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.14 List Dokumen yang penulis sudah kerjakan

3.3.2 Kendala yang ditemukan

Selama penulis melakukan praktek kerja magang, penulis menghadapi beberapa kendala dalam melakukan pekerjaan. Berikut beberapa kendala pekerjaan yang penulis hadapi selama praktek kerja magang:

A. *Rexona x Fimela Hood Gathering Report*

Penulis kurang diberikan informasi secara detail mengenai apa saja yang akan ada di dalam PPT, dan juga informasi yang diberikan beberapa ganda sehingga penulis harus memastikan berulang kali agar tidak ada yang double.

B. *Sosok Merdeka*

Penulis kurang diberikan informasi secara detail mengenai apa saja yang akan ada di dalam PPT, sehingga beberapa informasi yang tidak diberikan, penulis bertanya ulang.

C. *Women Conference*

Penulis kurang diberikan informasi secara detail mengenai apa saja yang akan ada di dalam PPT, dan juga kurang berpengalamannya penulis untuk membuat event dari research hingga planning, hal ini membuat penulis lama dalam menentukan konsep acara dan perencanaannya.

D. *Forum Bawa Perubahan*

Tidak berpengalamannya penulis dalam membuat topik pembicaraan, terutama topik politik sangat tidak dikuasai penulis yang jarang membaca berita mengenai politik ataupun ekonomi.

E. *Sociaety Summer Beauty Camp*

Dalam pengerjaan ini penulis sangatlah kurang teliti dalam penulisan nama dan detail lainnya , selain itu juga penulis kurang mendapatkan detail informasi yang akan dimasukkan kedalam PPT seperti logo dan bagaimana target insight diletakkan dalam PPT. Penulis juga banyak melakukan kesalahan dalam melakukan desain PPT dengan gambar atau warna yang tidak sesuai dengan konsep.

F. Menjaga *Booth* di Acara *Media Day*

Penulis mendapatkan sedikit detail mengenai hal apa yang harus dilakukan di media day. Sehingga penulis hanya bisa melakukan Tindakan sebaik kemampuan penulis.

G. Mencari 10 *influencer* Penggemar Mobil/Motor/Travelling

Dalam mencari influencer yang sesuai dengan kriteria tersebut, penulis mengalami kesulitan karena kurangnya pengetahuan penulis mengenai influencer yang menggemari mobi/motor/travelling.

H. Mencari masing – masing 3 café atau *restaurant* di 6 kota

Mencari tempat yang sesuai kriteria sulit karena kurangnya informasi detail di internet, seperti tempat tersebut dapat memuat berapa orang/apakah ada sound system, detail seperti itu sulit ditemukan dalam internet.

3.3.3 Solusi atas kendala yang ditemukan

Hal yang dilakukan penulis untuk mengatasi kendala yang ditemukan selama praktek kerja magang adalah sebagai berikut:

A. *Rexona x Fimela Hood Gathering Report*

Menambahkan detail yang kurang, setelah bertanya pada pembimbing, seperti URL dan urutan angka untuk setiap penulis.

B. *Sosok Merdeka*

Menanyakan data yang kurang pada pembimbing seperti apakah budgeting tidak ada, dan rundown acara apakah sengaja dibuat tidak ada.

C. *Women Conference*

Penulis mencari referensi dari internet dengan melihat conference yang pernah dilakukan sebelumnya oleh orang lain, yang kemudian penulis buat presentasinya, dan bertanya pada pembimbing apakah ada yang kurang dan apa yang perlu diperbaiki

D. *Forum Bawa Perubahan*

Mencari informasi terbaru mengenai Erick Thohir dan Ahok di website berita, dan juga mencari referensi dari talkshow lain.

E. *Society Summer Beauty Camp*

Penulis sering bertanya kepada pembimbing untuk mengevaluasi PPT yang sudah penulis buat, yang kemudian penulis revisi hingga pembimbing puas dengan hasilnya.

F. *Menjaga Booth di Acara Media Day*

Penulis hanya bisa bertanya pada pembimbing hal apa saja yang perlu diperhatikan, dan membantu sebisa mungkin seperti menjaga booth saat pembimbing ke toilet.

G. Mencari 10 *influencer* Penggemar Mobil/Motor/Travelling

Mencari refrensi dari internet dan juga bertanya pada pembimbing magang apakah influencer ini sesuai.

H. Mencari masing – masing 3 café atau *restaurant* di 6 kota

Penulis menghubungi café/ restaurant potensial yang penulis temukan sebelumnya dengan bertanya detail seperti apakah ada sound system, panggung, dan juga tempat cukup untuk 100 orang.

3.4 Peran *Event Marketing* dalam Meningkatkan Efektivitas *Event* Perusahaan KapanLagi Youniverse (KLY)

Dalam beberapa tahun terakhir popularitas penggunaan sponsor meningkat dengan cepat. Alasannya untuk dorongan ini adalah bahwa teknologi komunikasi telah berubah dan alat pemasaran tradisional mengalami penurunan efektivitas (Novais & Arcodia, 2013). Selain itu, sponsorship termasuk communication mix yang dapat memberikan perusahaan keuntungan secara internal dan external (Chebli & Charbi, 2014). Keuntungan seperti peningkatan kesadaran merek, peningkatan citra merek dan mencapai berbagai kelompok sasaran adalah alasan mengapa perusahaan memilih communication mix ini (Novais & Arcodia, 2013). Skinner dan Rukavina (2003), perusahaan memiliki berbagai tujuan dalam memberikan sponsor seperti meningkatkan visibilitas, meningkatkan reputasi, menciptakan antusiasme di antar karyawan, menciptakan peluang pemasaran, membedakan produk dari yang dari pesaing dan menjalankan promosi. Collett dan Fenton (2011), juga mengatakan berbagai tujuan sponsor seperti kesadaran akan merk, motivasi karyawan, hubungan masyarakat, meningkatkan penjualan dan pengembangan kompetensi staf.

Pemasaran adalah aktivitas, sekumpulan institusi, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, memberikan, dan menukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya” (Lamb, Hair & McDaniel, 2011, hal. 3). Menggunakan suatu acara sebagai alat pemasaran strategis melibatkan

perencanaan acara unik atau serangkaian acara untuk satu atau lebih kelompok sasaran tempat orang berkumpul, baik secara fisik atau secara virtual, atas undangan dan inisiasi perusahaan / bisnis, badan pemerintah atau organisasi nirlaba. Klien ingin mencapai nilai tambah emosional melalui pengalaman, untuk mendukung tujuan yang telah ditetapkan yang harus dicapai di antara satu atau lebih dari kelompok sasaran diidentifikasi” (Gerritsen & Oldern, 2014, hlm. 5-6).

KLY sebagai perusahaan media telah banyak membuat *event* setiap bulannya. KLY membuat *event* berdasarkan permintaan klien / KLY membuat *event* yang kemudian ditawarkan ke klien apakah tertarik untuk mensponsori acara ini atau tidak. *Event Marketing* ada dalam beberapa jenis, dari *event* sponsorships, trade shows, pop-up brand stores, product launches, press conferences, customer contests, competitions, dan lain – lain (Crowther & Donlan, 2011; Wood, 2009). Selama penulis bekerja di KLY, penulis membuat dan berpartisipasi di beberapa perencanaan *event* seperti *event* perkumpulan penggemar motor antik, *event* beauty sociaety, dan juga sosok merdeka. Penulis menemukan bahwa perusahaan KLY jarang membuat *event* yang menargetkan konsumen. *Event* yang diadakan kebanyakan mengundang *influencer*, tokoh politik atau penyanyi. Menurut analisa penulis, perusahaan berusaha mencapai konsumen yang meng-follow *influencer*. Keuntungan dari strategi ini adalah perusahaan dapat mempromosikan ke target *audience* yang spesifik dalam jumlah yang besar tanpa menyewa tempat yang besar untuk mengumpulkan *audience*. Namun kekurangannya adalah bila perusahaan mengincar kelompok generasi baby boomer, x dan y, yang tidak mengerti menggunakan media sosial maka strategi ini hanya efektif terhadap generasi z.

Event Marketing memiliki 4 karakteristik, yaitu high *audience* involvement, novelty, experiential richness, dan transiency (Tafesse, 2016). Penulis melihat *event* yang dibuat oleh perusahaan hanya memiliki 3 dari 4 karakteristik ini. Dapat dilihat *event* kurang melibatkan dan berinteraksi dengan konsumen, kedua *event* kurang unik, karena acara – acara yang dibuat sudah ada sebelumnya seperti forum bawa perubahan seperti talkshow pada umumnya, ketiga konsumen tidak dapat berinteraksi secara dekat, memegang, dan

merasakan produk yang di simulasi dalam *event* sendiri. Di karakteristik ke 4, perusahaan berhasil membuat *event* yang influence nya dapat mempromosikan / menyampaikan pesan yang ingin dicapai, melalui sosial media setelah acara tersebut selesai.

Untuk mengatasi masalah ini dengan mengambil konsep *event Marketing*, penulis menyarankan melalui *event* yang penulis telah buat yaitu women conference, yaitu dengan membuat *event* yang melibatkan konsumen dengan cara menargetkan 1000 – 2000 *audience*, membuat topik yang menarik *audience*, membuat game yang pemenangnya dapat berfoto bersama dengan bintang tamu sehingga menciptakan pengalaman yang tidak terlupakan, dan menggunakan bintang tamu terkenal/berpengaruh agar menciptakan E-WOM online maupun offline. Dapat disimpulkan bahwa peran *event Marketing* dalam meningkatkan kualitas *event* merupakan hal yang sangat penting untuk menarik sponsor dan *audience*. Semakin menarik konsep *event* yang diadakan maka semakin banyak juga sponsor dan *audience* yang berminat.