



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

Praktik kerja magang dilakukan penulis selama enam puluh satu (61) hari kerja terhitung dari tanggal 3 Februari 2020 hingga 30 April 2020 di Mal Teraskota Entertainment Center yang merupakan unit bisnis yang dikembangkan dari PT Deyon Resources. Saat praktik kerja magang berlangsung, penulis ditempatkan pada divisi *Event & Promotion*. Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis dibimbing dan diawasi langsung oleh Bapak Heru Media selaku *Supervisor Design Graphic Event & Promotion* dan Kak Argi Setiawan selaku *Event & Promotion Staff*. Penulis sebagai *Event and Promotion Staff (intern)* diharapkan oleh atasan untuk dapat mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh Teraskota Entertainment Center di luar hari kerja (hari libur).

Selama melakukan praktik kerja magang, *jobdesk* yang dikerjakan oleh penulis sebagai bagian dari *Event and Promotion* diantaranya adalah berkoordinasi dengan pembimbing lapangan atau *Event & Promotion Staff* dimulai dari memberikan ide dan gagasan terhadap *event* yang akan diadakan di Teraskota, serta terlibat dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi *event*. Penulis terkadang membantu pekerjaan dari divisi lain yaitu divisi *tenant relations*, diantaranya membagikan formulir *survey* dan membagikan agenda *event* setiap bulan nya kepada seluruh *tenant* di Teraskota.

Penulis terlibat secara langsung dengan seluruh kegiatan yang diadakan seperti mengikuti rapat dengan eksternal *client*, membuat surat izin promosi dan penawaran, membuat *weekly update report*, memegang akun sosial media Teraskota, serta mempersiapkan, melaksanakan, dan mengevaluasi sebuah *event*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan praktik kerja magang di Teraskota Entertainment Center sebagai bagian dari *Event & Promotion Staff*, penulis diberikan tanggung jawab untuk mengerjakan tugas dari divisi tersebut. Tugas rutin yang dilakukan penulis ialah bertanggung jawab terhadap akun sosial media dari Teraskota untuk menyampaikan informasi mengenai promo yang sedang diadakan dari *tenant-tenant* di Teraskota. Informasi tersebut kemudian akan diunggah di media sosial Teraskota (Instagram & Facebook) untuk disampaikan kepada pelanggan. Selain itu, penulis membantu melakukan *follow-up* kepada setiap *tenant* di Teraskota untuk bergabung dengan program Member Privilege Card yang diadakan oleh Teraskota. Penulis terkadang juga membuat iklan suara mengenai informasi dan promosi yang diadakan oleh *tenant* yang akan diputar setiap harinya.



Berikut *timeline* pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan praktik magang di Teraskota Entertainment Center:

No	Jenis Pekerjaan	Nama Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei		
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1		
1	Social Media Marketing	Mencari informasi promo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
		Update promo setiap tenant	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
		Membuat tips di sosial media tentang COVID 19							■	■							
		Update promo dengan tagar #dirumahaja							■	■	■	■	■	■	■		
2	Event and Promotion	Menyebarkan agenda event	■				■										
		Meeting dengan client			■	■	■										
		Membuat proposal event			■	■											
		Launching Event			■												
		Dokumentasi event			■				■								
		Membuat laporan jumlah pengunjung		■	■	■	■										
		Membuat laporan big event		■	■	■	■										
		Monitoring playlist lagu dan iklan suara							■	■							
		3	Tenant Relations	Menghitung media promosi di Teraskota		■	■										
				Membuat list media promosi		■	■		■	■							
Membuat surat izin promosi dan surat penawaran						■	■										
Melakukan follow-up tenant untuk Member Privilege Card					■	■											
Membagikan kuesioner kritik dan saran untuk mal kepada tenant				■					■								
4	Produksi Iklan	Membuat skrip iklan suara				■			■								
		Perekaman iklan suara				■			■								

Tabel 3.1 *Timeline* pekerjaan praktik kerja magang

Sumber : Data Pribadi

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Social Media Marketing*

Sosial media telah dijadikan sebagai salah satu alat promosi yang digunakan untuk melakukan pemasaran produk atau yang biasa juga disebut dengan *social media marketing*. Menurut Weinberg (2009) *social media marketing* adalah sebuah proses yang mendorong individu untuk melakukan promosi melalui *website*, produk, atau layanan mereka melalui saluran sosial *online* dan untuk berkomunikasi dengan memanfaatkan komunitas yang jauh lebih besar yang memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pemasaran daripada melalui saluran periklanan tradisional.

Saat melakukan praktik kerja magang, penulis melakukan pencarian informasi yang dilakukan secara rutin mengenai promo yang diadakan *tenant* untuk diunggah ke sosial media Teraskota. Penulis akan mencari satu per satu *tenant* yang sedang mengadakan promo melalui Instagram. Setelah mendapat promo apa saja yang sedang berlangsung, penulis mengunggah foto disertakan informasi mengenai promo tersebut di sosial media yaitu Instagram (*story* maupun *feed*) dan Facebook. Selain itu, penulis terkadang juga mendatangi *tenant* satu per satu untuk menanyakan promo apa yang sedang diadakan.

Dalam mengomunikasikan produknya ke konsumen, perusahaan dapat melakukannya melalui beberapa alat promosi yang dikenal dengan bauran promosi atau sering disebut dengan *promotion mix*. Bauran promosi adalah seperangkat alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan produknya kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016:582) jenis-jenis promosi adalah sebagai berikut:

- *Advertising*
- *Sales Promotion*
- *Event and Experiences*
- *Online and Social Media Marketing*
- *Mobile Marketing*
- *Direct and Database Marketing*
- *Personal Selling*

Dalam pekerjaan yang dilakukan oleh penulis, *jobdesk* ini termasuk dalam *Online and Social Media Marketing*. Pengertian dari kegiatan *online and social media marketing* adalah sebuah program yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau

prospek secara langsung maupun tidak langsung sehingga dapat meningkatkan kesadaran, citra, atau menimbulkan penjualan produk dan layanan.

Saat pandemi COVID-19 terjadi, penulis lebih sering mengunggah informasi di sosial media mengenai tips pencegahan COVID-19. Dikarenakan pandemi ini, Teraskota Entertainment Center memutuskan untuk tutup sementara sesuai dengan peraturan yang dilakukan oleh pemerintah. Sehingga, hanya terdapat beberapa *tenant* yang tetap beroperasi. Tugas penulis selama pandemi terjadi adalah mengunggah promo yang diadakan oleh *tenant* di Teraskota dengan tagar #dirumahaja, karena Teraskota tidak menerima untuk makan di tempat, dan seluruh *tenant* yang tetap beroperasi hanya menerima jasa *delivery* dan *takeaway*.

3.3.2 Event and Promotion

Terdapat kegiatan rutin yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang, yaitu menyebarkan agenda *event* yang akan berlangsung setiap bulannya. Hal ini bertujuan agar setiap *tenant* mengetahui *event-event* yang akan berlangsung dan mencegah terjadinya miskomunikasi. Penulis seringkali mengikuti *meeting* yang dilakukan oleh Assistant Manager Event and Promotion dengan *client* eksternal. Saat *meeting* tersebut berlangsung, tugas penulis ialah mencatat segala hal penting yang berhubungan dengan *event* yang akan berlangsung.

Teraskota Entertainment Center memiliki cara untuk menarik minat pengunjung dengan mengadakan *event* sesuai momen tertentu. Menurut Noor (2013:8) “*Special events are the phenomenon arising from those non-routine occasion which have leisure, cultural, personal or organizational objectives set apart from the normal activity of daily life, whose purpose is to enlighten, celebrate, entertain or challenge the experience of a group of people.*” Definisi tersebut memiliki arti bahwa *special event* dapat diselenggarakan mulai dari jenis *event* sederhana (perorangan) hingga *event* yang besar (kompleks).

Berdasarkan penejelasan tersebut, maka *event* dapat dibagi menjadi 4 unsur, yaitu:

1. *Leisure event*

Event yang berkaitan dengan kegiatan keolahragaan.

2. *Personal event*

Event yang dalam bentuk kegiatannya terlibat anggota keluarga atau teman.

3. *Cultural event*

Event yang berkaitan dengan kebudayaan

4. *Organizational event*

Event yang berkaitan dengan kegiatan besar pada setiap organisasi diselenggarakan sesuai dengan tujuan dari organisasi.

Penulis diberikan tugas oleh atasan untuk membuat proposal perencanaan dan persiapan *event Privilege Card x KIA* yang merupakan kerjasama antara Teraskota Entertainment Center dengan pihak Disdukcapil. Kegiatan ini termasuk kedalam *Organizational Event*. Pada *event* tersebut, pemilik kartu akan mendapatkan *benefit* diskon pada *tenant* yang berpartisipasi dalam program ini.



Gambar 3.1 Kartu Identitas Anak (KIA)

Sumber : kabar-banten.com



Gambar 3.2 *Privilege Card* Teraskota

Sumber : Data Pribadi

Pada tahap perencanaan *event*, penulis terlibat dalam membantu mencari tema yang tepat untuk acara kuliner yang akan diadakan oleh Bapak Redi. Beliau memiliki inti tema untuk menyajikan jajanan tradisional dari seluruh daerah di Indonesia. Penulis dan tim mencari informasi lebih mendalam mengenai *event-event* yang telah dilaksanakan

oleh Bapak Redi Susmanto. Hal ini bertujuan agar *event* yang akan dilaksanakan memiliki ciri khas tersendiri untuk dapat menarik perhatian pengunjung. Pada tahap terakhir, penulis dan tim melakukan *brainstorming* mengenai tema yang tepat untuk acara tersebut, namun pada akhirnya acara ini tidak terlaksana dikarenakan pandemi virus corona.

Selain itu, penulis turut membantu dalam tahap persiapan *event* “*BNI Java Jazz on The Move*” dan *event* “*Hair Beauty Dating*”, khususnya dalam persiapan penukaran kupon. Penulis membantu menyiapkan kupon yang telah dicetak oleh *Supervisor Event and Promotion*, lalu memberikan *stampel* perusahaan pada setiap kupon tersebut. Setelah itu, penulis mendatangi *tenant* yang bekerja sama dalam penukaran kupon makanan tersebut dengan *event* yang akan berlangsung untuk meminta *stampel* dari *tenant* tersebut. Setiap pengunjung akan mendapatkan kupon yang dapat digunakan untuk bertransaksi pada *tenant* yang bekerjasama.

Dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung dan pelayanan publik, Teraskota Entertainment Center menjalin kerjasama dengan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Disdukcapil). Selain mencari keuntungan dalam sisi bisnis, Teraskota memiliki pandangan untuk membantu Pemerintah Kota Tangerang Selatan agar dapat memberikan pelayanan yang lebih maksimal. Peresmian gerai Disdukcapil dilaksanakan pada 23 Februari 2020 yang dihadiri oleh Board of Director PT. Deyon Resources selaku manajemen Teraskota Entertainment Center dan pihak pemerintah yang diwakili oleh Bapak Dedi Budiawan selaku Kepala Disdukcapil Kota Tangerang Selatan dan Ibu Airin Rachmi Diany selaku Wali Kota Tangerang Selatan.



Gambar 3.3 Peresmian gerai DisDukCaPil Teraskota
Sumber : Data Pribadi

Dalam *event soft launching* Gerai Disdukcapil, penulis memiliki tugas untuk mendokumentasikan kegiatan yang berlangsung selama peresmian dan menyebarkan informasi tersebut melalui sosial media Teraskota. Gerai Disdukcapil Teraskota Entertainment Center memiliki keunggulan dengan adanya mesin Anjungan Dukcapil Mandiri (mesin ADM). Cara penggunaan mesin ADM, dikutip dari *website kompas.com* adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pendaftaran diri ke Gerai Disdukcapil
 - a) Mendaftarkan diri ke Disdukcapil sesuai dengan prosedur.
 - b) Pemohon akan mendapatkan PIN yang dikirim ke nomor ponsel setelah mendaftar ke Kantor Disdukcapil setempat.
 - c) Terdapat dua PIN yang akan diterima pemohon, yakni PIN untuk masuk ke mesin ADM dan PIN untuk mencetak.
 - d) PIN tersebut hanya dapat digunakan untuk sekali pencetakan.
2. Cara melakukan pencetakan dengan mesin ADM
 - a) PIN untuk masuk ke mesin ADM dan PIN untuk mencetak yang diterima oleh pemohon hanya untuk mencetak dokumen yang masing-masing satu.
 - b) Selain menerima PIN, pemohon akan menerima QR Code yang dikirimkan melalui *e-mail* kepada pemohon oleh Dukcapil sebagai alternatif jika tidak bisa menggunakan PIN.
 - c) Dalam melakukan pencetakan, pemohon dapat memasukkan PIN pada mesin untuk mengaktifkan mesin ADM.
 - d) Terdapat tiga pilihan yang dapat dipilih, yakni menggunakan sidik jari, Nomor Induk Kependudukan (NIK), atau QR Code.
 - e) Mengikuti alur yang telah diarahkan oleh sistem, mengisi semua data yang dibutuhkan hingga muncul perintah "Silahkan Cetak".
 - f) Pilih salah satu metode pencetakan untuk menggunakan PIN atau QR Code.
 - g) Menunggu beberapa saat (sekitar 1,5 menit) hingga fisik dokumen keluar dari mesin ADM.
 - h) Proses pencetakan dokumen kependudukan pun telah selesai.



Gambar 3.4 Mesin Anjungan Dukcapil Mandiri
Sumber : Data Pribadi

Terdapat *event* lain yang diselenggarakan oleh Teraskota Entertainment Center yaitu *event* Hair Beauty Dating yang diadakan oleh NATUR Hair Care dengan Superindo Teraskota yang diadakan pada 16 Februari 2020 di Main Atrium Teraskota. Acara yang diadakan ini terdiri dari *Hair Seminar, Sharing Session, Hair Check, Creative Workshop dan Fun Games*. *Event ini* berjalan dengan baik dapat dilihat dari banyaknya peserta yang hadir melebihi batas kuota yang telah ditentukan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.5 Event Hair Beauty Dating
Sumber : Data Pribadi

Penulis juga memiliki tugas untuk membuat laporan setiap minggunya. Terdapat 2 tugas utama, yaitu membuat *Weekly report Big Event* dan jumlah *traffic* pengunjung. *Weekly report Big Event* merupakan kalender milik Teraskota Entertainment Center yang berisikan jadwal-jadwal acara yang akan berlangsung. Penulis diberikan tugas untuk memeriksa ulang *event* yang akan berlangsung setiap minggunya, hal tersebut bertujuan agar tidak terjadi miskomunikasi. *Weekly report Big Event* dilaporkan kepada Manajemen Teraskota Entertainment Center setiap hari Jumat. Selain membuat laporan *Big Event*, penulis juga membuat laporan jumlah *traffic* pengunjung yang diambil dari *website* peoplecounting (*website* resmi milik Teraskota) di bulan Februari dan Maret 2020. Dari *website* tersebut, telah terdapat jumlah total seluruh pengunjung setiap harinya. Tugas dari penulis ialah membuat laporan total jumlah pengunjung setiap minggunya untuk kemudian melihat apakah terjadi peningkatan atau penurunan jumlah pengunjung. Dari *event-event* yang diadakan oleh Teraskota, terbukti dapat meningkatkan minat pengunjung.

FEBRUARY 2020

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
						1
			regular music			regular music
2	3	4	5	6	7	8
SPECKTACULAR BARONGSAI SHOW (dimain atrium)						java jazz on the move
			regular music			regular music
9	10	11	12	13	14	15
HOBBIES WEEKEND						
			regular music			regular music
16	17	18	19	20	21	22
beauty class by super indo						little calips performance
			regular music			regular music
23	24	25	26	27	28	29
TERASKUSTIK					FUNTASTIC HEARTBEAT by THRIPRO	FUNTASTIC HEARTBEAT by THRIPRO talkshow interactive
			regular music			regular music

Gambar 3.6 Weekly Report Big Event
Sumber : Data Pribadi

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

NO	Tanggal	Total Pengunjung
1	12/1/2019	14,596
2	12/2/2019	11,456
3	12/3/2019	12,230
4	12/4/2019	10,968
5	12/5/2019	12,670
6	12/6/2019	13,522
7	12/7/2019	12,666
8	12/8/2019	14,716
9	12/9/2019	10,677
10	12/10/2019	13,110
11	12/11/2019	10,184
12	12/12/2019	11,554
13	12/13/2019	9,308
14	12/14/2019	11,169
15	12/15/2019	10,272
16	12/16/2019	9,664
17	12/17/2019	9,693
18	12/18/2019	9,062
19	12/19/2019	9,118
20	12/20/2019	9,219
21	12/21/2019	11,062
22	12/22/2019	11,889
23	12/23/2019	10,623
24	12/24/2019	13,329
25	12/25/2019	11,628
26	12/26/2019	10,273
27	12/27/2019	11,175
28	12/28/2019	10,381
29	12/29/2019	11,011
30	12/30/2019	11,367
31	12/31/2019	13,579
	TOTAL :	352,171
	Rata - rata :	11,360

Gambar 3.7 Data jumlah pengunjung Desember 2019
 Sumber : Manajemen Teraskota

Saat mal mulai beroperasi dari hari Senin-Jumat (pukul 10.00-22.00 WIB) penulis membantu memonitoring *playlist* musik yang akan diputar setiap harinya. *Playlist* musik tersebut terdiri dari lagu-lagu baru yang kekinian (lagu barat di tahun 2020) serta diselingi oleh iklan suara yang terdiri dari setiap *tenant* di Teraskota.

3.3.3 *Tenant Relations*

Salah satu pekerjaan yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang di Teraskota adalah mencatat media promosi yang berada di Teraskota. Media promosi tersebut terletak dari area luar sampai area dalam mal (*basement*, lantai dasar, lantai 1 dan lantai 2). Tugas yang dilakukan adalah menghitung berapa banyak media promosi yang masih tersedia maupun telah tersewa. Jenis-jenis media promosi yang berada di Teraskota antara lain seperti *Worm Signage*, *Ceiling Banner*, *Sticker Pintu Lift*, *Sticker Escalator*, *T Banner*, *Giant Screen*, dll.

Setelah penulis menghitung jumlah media promosi, penulis membuat daftar media promosi tersebut di Microsoft Excel berdasarkan referensi dari *file tenant* yang terdaftar pada manajemen Teraskota Entertainment Center untuk kemudian melakukan pendataan iklan yang masih berlangsung, sudah berakhir, serta *spot media* iklan apa saja yang dapat disewakan.

Dalam melakukan promosi tentunya alat promosi sangat dibutuhkan untuk menarik konsumen. Setiap *tenant* yang berada di Teraskota menggunakan alat promosi dalam menarik minat calon pembeli. Alat promosi tersebut dapat berupa iklan (*advertising*) berupa *poster*, *x-banner*, *giant banner*, spanduk, dll. Selain itu, melalui penyebaran *flyer* oleh *sales promotion* masing-masing *tenant*. Sebelum melakukan promosi tersebut, setiap *tenant* diharuskan memenuhi syarat yang ditetapkan oleh Teraskota yaitu dengan membuat surat izin promosi. Fungsi dari surat izin promosi tersebut adalah menjadi sebuah persetujuan / kesepakatan dan koordinasi dari pihak manajemen, keamanan dan *engineering* Teraskota. Tanpa adanya surat izin promosi, maka promosi tidak dapat dilakukan oleh *tenant*. Pihak luar membutuhkan surat izin promosi sehingga dapat mengadakan pameran di Teraskota.

Selain surat izin promosi, terdapat juga surat penawaran. Surat penawaran berisi penawaran dari pihak mal kepada *tenant* di dalam mal, maupun kepada pihak luar yang

akan mengadakan kerjasama dengan Teraskota. Penawaran tersebut berisi jenis media promosi yang akan dipakai, dan biaya dari media promosi tersebut. Jika pihak *tenant* menyetujuinya, maka tahap selanjutnya adalah pembuatan surat izin promosi.

Seluruh kegiatan promosi yang berlangsung di area mal Teraskota harus dilaksanakan dengan sepengetahuan manajemen disertai dengan surat izin yang ditandatangani oleh *Event & Promotion Staff*.

Teraskota Entertainment Center memiliki program *membership* bagi para pengunjung setianya yaitu Member Privilege Card. Dengan memiliki kartu Member Privilege Card, terdapat benefit yang didapatkan salah satunya adalah pemberian potongan harga dari *tenant* yang bekerjasama dengan Teraskota. Penulis diberikan tugas melakukan *follow-up* untuk menawarkan kerjasama melalui telepon kepada setiap Manager dari tiap *tenant*. Setelah mendapatkan keputusan dari para Manager terkait ingin bergabung atau tidaknya dengan program *membership* tersebut, penulis membuat *list* mengenai *tenant-tenant* tersebut di *template* yang telah disediakan oleh divisi *Tenant Relations*.

Untuk mengetahui keluhan dari para *tenant*, penulis juga membantu menyebarkan formulir *survey* kepada seluruh *tenant* yang berisi tentang kritik dan saran untuk manajemen mal. Keluhan yang dirasakan antara lain, terkadang AC yang seringkali panas, pengunjung yang menurun, terdapat HAMA (tikus, kecoa), dsb. Hal ini menjadi masukan bagi manajemen mal untuk memperbaiki keluhan yang dirasakan dari para karyawan *tenant*.

3.3.4 Produksi Iklan Suara

Dalam rangka menarik minat konsumen, sebuah perusahaan membutuhkan iklan untuk menawarkan dan menginformasikan produk ataupun jasa yang ditawarkan. Menurut Shimp (2014), media periklanan terbagi menjadi:

- a. Surat kabar
- b. Majalah
- c. Radio : *Ad-libs, Spot, Sponsor Program*
- d. Televisi
- e. Situs

- f. Iklan *display* atau *banner*
- g. Rich Media: Pop-up, Interstitial, Superstitial, dan Iklan Video
- h. Blog, Podcast, dan Jejaring Sosial
- i. Iklan Mesin Pencari
- j. Iklan Surel

Teraskota menggunakan media periklanan (*advertising*) untuk menawarkan dan menginformasikan produk dan jasa yang terdapat pada *tenant* di Teraskota. Salah satunya yaitu iklan suara yang diputarkan setiap hari mulai dari jam 10.00 - 22.00 WIB. Iklan suara yang digunakan oleh Teraskota termasuk dalam kategori iklan radio khususnya jenis iklan *spot*. Iklan *spot* merupakan iklan suara yang disampaikan dengan teknik rekaman. Dalam pembuatan iklan *spot*, membutuhkan naskah yang berisikan konten produk atau jasa. Durasi dari iklan *spot* antara 15 hingga 60 detik.

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di Teraskota, salah satu pekerjaan yang diterima yaitu membuat materi untuk iklan *spot* hingga melakukan perekaman suara. Iklan *spot* ini terdiri dari seluruh *tenant* yang berada di Teraskota. Tahap pertama yang dilakukan oleh penulis dalam membuat materi iklan adalah mencari tahu informasi mengenai *tenant* tersebut (lokasi hingga keunggulan produk atau jasa). Kemudian mencari tahu informasi promo yang sedang diadakan dengan mengunjungi secara langsung ke setiap *tenant*. Setelah itu penulis membuat materi untuk setiap *tenant* berdasarkan hasil informasi yang telah didapat. Saat penulisan materi iklan selesai, penulis melakukan rekaman untuk iklan *spot* menggunakan *voice recorder* yang ada di *smartphone* dan melakukan *editing* iklan *spot* tersebut. Hasil dari rekaman kemudian diserahkan kepada *Supervisor Event and Promotion* untuk diperiksa kembali sebelum diputarkan setiap harinya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama mengikuti praktik kerja magang di Teraskota Entertainment Center, penulis mengalami beberapa kendala :

1. Pemenuhan ekspektasi yang diterapkan oleh *Supervisor* terkadang memerlukan pengulangan pekerjaan yang sesuai dengan standar dan keinginan *Supervisor*. Selain itu, seringkali terjadi perbedaan pendapat antara pembimbing lapangan dengan *Supervisor*. Dari hal tersebut dapat terlihat bahwa kurang efektifnya kerjasama antar tim.
2. Pemberian pekerjaan serta *deadline* yang bersamaan oleh pembimbing lapangan dan *Supervisor* membuat pekerjaan yang dilakukan oleh penulis menumpuk dan tidak dapat diselesaikan dengan baik karena hanya penulis satu-satunya mahasiswa magang yang melakukan pekerjaan tersebut sendiri.
3. Penulis sebagai bagian dari divisi *Event and Promotion*, *jobdesk* yang diberikan oleh atasan saat *event* sedang berlangsung kurang aktif, seperti hanya mendokumentasikan *event* yang berlangsung saja.
4. Pada saat melakukan kerja magang di Teraskota Entertainment Center, terjadi wabah penyakit pandemi Virus Corona (COVID-19). Aktivitas di luar rumah dibatasi sehingga menyebabkan penurunan pengunjung mal hingga diberlakukannya peraturan pemerintah untuk kegiatan pembelajaran dilakukan dari rumah, bekerja dari rumah (*work from home*), dan beribadah di rumah. Teraskota Entertainment Center tutup sementara per tanggal 30 Maret 2020 sampai 2 Mei 2020. Hanya ada beberapa *tenant* yang masih beroperasi seperti *supermarket* dan farmasi, serta beberapa *tenant food & beverages* yang hanya menerima layanan *take away* dan *delivery service*.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi beberapa kendala kasus yang dialami selama melakukan kerja magang di Teraskota Entertainment Center, penulis melakukan hal sebagai berikut :

1. Terbuka terhadap kritik dan masukan. Penulis memahami bahwa penulis tidak dapat memenuhi semua ekspektasi dari *Supervisor* maupun pembimbing lapangan.
2. Kritik dapat dijadikan sebagai salah satu masukan sehingga membuat penulis menjadi lebih baik dan memahami tuntutan dunia kerja melalui kerja magang ini. Membuka wawasan dari berbagai sudut pandang, baik *Supervisor* maupun pembimbing lapangan.
3. Selalu aktif menawarkan kepada atasan untuk mengerjakan tanggung jawab yang lain agar *jobdesk* yang dikerjakan saat *event* tidak hanya mendokumentasikan acara saja.
4. Mengomunikasikan tugas dan kewajiban selama kerja magang kepada pihak Teraskota Entertainment Center dan kampus. Kondisi yang tidak terduga ini membuat semua kegiatan yang berlangsung terganggu. Namun penulis memiliki kewajiban untuk menyelesaikan kerja magang selama masa *lockdown*, dan menjalankan kebijakan untuk tetap berada di rumah. Untuk itu penulis mengomunikasikan segala aktivitas yang dilakukan dan pekerjaan melalui media sosial *Instagram*. Hal tersebut adalah *jobdesk* baru yang diberikan oleh Teraskota Entertainment Center.

