



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

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di salah satu anak perusahaan PT Alam Sutera Realty Tbk. yang bergerak dibidang properti, yaitu PT Alfa Goldland Realty yang berlokasi di Alam Sutera, Tangerang Selatan. Penulis ditempatkan pada posisi *internship* di Departemen *Marketing Communication and Promotion*, dikhususkan untuk bertanggung jawab pada sub Departemen *Marketing Communication*, di bawah Divisi *Sales and Marketing*. Selama dua bulan pertama praktik kerja lapangan berlangsung, penulis dibimbing dan diawasi oleh Kepala Departemen *Marketing Communication and Promotion*, yaitu Prasetya Eka Winaya, namun memasuki bulan ketiga Prasetya mengundurkan diri dari jabatannya, sehingga dialihkan menjadi di bawah bimbingan dan pengawasan Kristien Andriani Wibowo selaku Kepala Divisi *Sales and Marketing* Elevee Apartemen.

Penulis yang ditempatkan pada posisi *Marketing Communication internship* harus memiliki *skill* untuk berkoordinasi dan berkomunikasi dengan seluruh departemen yang berkaitan dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan. Penulis akan memaparkan kegiatan koordinasi yang penulis lakukan selama praktik kerja lapangan di grup Alam Sutera.

Kennerdy dalam Latief (2018, p. 15) mengatakan bahwa seorang *marketing communication* melakukan bentuk kegiatan pemasaran dengan beragam teknik komunikasi agar orang banyak mengetahui bahkan berminat untuk memiliki sebuah produk yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan yang merupakan sebuah tujuan dari perusahaan. Definisi tersebut berbanding lurus dengan apa yang menjadi tanggung jawab penulis dalam pelaksanaan praktik kerja magang.

Pada saat pertama kali resmi sebagai *internship*, penulis diberikan bimbingan *job description* oleh Kepala Departemen *Marketing Communication and Promotion*. Kemudian, diberikan tanggung jawab untuk berkoordinasi dengan salah satu *staff event executive* untuk membuat *slide* presentasi mengenai ide dan konsep apa saja yang akan diajukan kepada Kepala Departemen dan juga Kepala Divisi terkait *event* apa saja yang akan dilaksanakan untuk menarik perhatian calon *customer* sehingga bersedia mendatangi *show unit* di *marketing gallery Elevee*. *Event* yang direncanakan oleh penulis antara lain, *Open House, Pet Owner Gathering, Agent Gathering, Private Client Dinner, Launching Elevee Penthouses and Residences, Community Gathering, Investor Gathering, Unit Selection* dan *Weekend Private Session*.

Pada *event Open House*, penulis berkoordinasi langsung dengan *Marcomm and Promotion Manager*, Prasetya untuk menentukan vendor yang akan digunakan saat *Open House* setiap minggunya. Pada *event Pet Owner Gathering*, berkoordinasi dengan Kepala Departemen *Marcomm* dengan seluruh *Marcomm & Promotion team*.

Pada *event Agent Gathering*, berkoordinasi dengan *Marketing Club team* dari sisi konsumsi dan juga persiapan materi yang akan dipresentasikan oleh *Marketing Club team*. Selanjutnya, untuk *event Private Client Dinner*, penulis berkoordinasi dengan supervisi dari *Marketing Club* untuk menentukan *venue* yang tepat saat bertemu dengan *client*.

Pada *event Launching Elevee Penthouses and Residences* tanggal 29 Agustus 2020, berkoordinasi dengan *staff Marcomm* untuk pembagian tanggung jawab setiap media. Pada *event Community Gathering*, penulis berkoordinasi dengan penanggung jawab komunitas untuk mengajukan kerjasama dan berkoordinasi dengan *vendor* konsumsi sebagai *compliment* bagi *member* komunitas tersebut.

Pada *event Investor Gathering*, berkoordinasi dengan Kepala Departemen *Marcomm and Promotion* untuk menyiapkan keperluan *event* dimulai dari menentukan *restaurant* untuk *customer compliment*, menentukan vendor untuk

menyewa peralatan yang dibutuhkan, seperti kursi, meja, LED dan pembagian struktur kepanitiaan. Pada *event Unit Selection* pada tanggal 24 Oktober 2020, berkoordinasi dengan *Sales In House Manager* dan *Marketing Club Manager* sebagai koordinator lapangan. Terakhir, pada *event Weekend Private Session*, *Marcomm team* berkoordinasi untuk menentukan PIC setiap minggu pada Jumat, Sabtu dan Minggu yang bertanggungjawab sebagai koordinator lapangan untuk memastikan bahwa setiap *compliment* untuk *customer* terpenuhi.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Sebagai *Marcomm Intern*, penulis mendapatkan tugas dan tanggung jawab yang berbeda disesuaikan dengan setiap *event* yang berjalan. Pada poin 3.1 telah dijelaskan bagaimana koordinasi yang dilakukan sesuai dengan berbagai macam *event*, selanjutnya akan dijabarkan mengenai tugas dan tanggung jawab penulis dalam setiap *event* yang dilaksanakan.

Pada *event Open House*, penulis diberikan tanggung jawab untuk memikirkan vendor yang tepat agar *customer* tertarik untuk mendatangi *Marketing Gallery Elevee*, lalu berkoordinasi dan bernegosiasi dengan vendor yang sudah dipilih, seperti *Airlangga Catering*, *Kebab Baba Rafi*, *Doner Kebab*, dan *Sushi Tei*. *Open House* hanya dilaksanakan setiap hari Sabtu dan minggu dimulai pada 15 Agustus 2020 dan berakhir pada 30 Agustus 2020 pukul 10.00 WIB-19.00 WIB di *Marketing Gallery Elevee*.

Pada 17 Agustus 2020, *Elevee* menyelenggarakan *event Pet Owner Gathering* yang bekerjasama dengan komunitas pecinta anjing. Dalam *event* ini, penulis diberi kepercayaan sebagai PIC (*Person in Charge*) utama untuk menyiapkan seluruh kebutuhan *event* dan berkoordinasi dengan *team* lainnya. Untuk *pre-event*, struktur kepanitiaan dibuat terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan *rundown* acara. Saat *event* berlangsung, penulis menjadi MC (*Master of Ceremony*) dan untuk *post-event* melakukan realisasi dana yang sudah terpakai dengan bantuan seluruh anggota kepanitiaan.

Dalam *event Agent Gathering*, tanggung jawab diberikan untuk membuat daftar kehadiran dan menyiapkan konsumsi sejumlah tamu yang hadir dan juga merealisasikan dana *event* ini. Kemudian, untuk *event Private Dinner Client Gathering*, diberikan tugas untuk mengonfirmasi *restaurant* yang sudah didaftar oleh tim *Marketing Club* agar dapat membuat *event* di sana.

Pada 29 Agustus 2020, *Elevee Penthouses & Residences* menggelar *launching* serentak melalui *IG live streaming* di 50 media nasional. Pada *event* kali ini, penulis mendapatkan *jobdesc* untuk mengawasi tiga media yang sudah bekerjasama dengan *Elevee* agar sesuai dengan standar kesepakatan kerjasama antara kedua belah pihak. Setelah *live streaming* selesai, seluruh pengawas media harus melaporkan kepada PIC terkait jumlah *audience* selama *live* berlangsung.

Setelah *launching*, *Elevee* kembali membuat sebuah *event* untuk mengundang komunitas yang sesuai dengan target marketnya yang dinamakan *Community Gathering*. Untuk *event* ini, penulis diberikan tugas untuk mencari dan mengajak kerjasama komunitas yang sesuai dengan target market dari *Elevee*, seperti komunitas *Mercy*, *CBR* dan *Harley Davidson*. Di setiap *event Community Gathering*, diberikan tanggung jawab untuk menyiapkan *compliment member* komunitasnya dan menjadi MC serta merealisasikan dana yang terpakai untuk *event* tersebut.

Kemudian, selanjutnya *Elevee* membuat *event Investor Gathering* yang bertujuan untuk mengundang tamu dari *sales* maupun *agent* dengan *compliment dinner* dari *restaurant* luar, seperti *Mama's German Resto*, *Putien*, *Padang Merdeka*, dan *3 Wise Monkeys*. Pada *event* ini, penulis pernah satu kali menjadi MC dan untuk selebihnya bertanggung jawab sebagai *runner* acara, dimana penulis harus memantau seluruh acara dari *rundown* yang telah ditentukan.

Pada 24 Oktober 2020, *Elevee* menyelenggarakan sebuah *event Unit Selection*, dengan aturan *client* yang sudah membayar nomor urut pemesanan harus memilih *unit* yang akan dimiliki. Dalam *event* ini, penulis mendapatkan tugas sebagai koordinator lapangan dengan *jobdesc* memastikan bahwa seluruh kegiatan berjalan dengan lancar, memantau seluruh *customer compliment*

lengkap dan mengawasi jalannya *event* dalam pemanggilan nomor urut *customer* serta pada *post-event* akan merealisasikan anggaran dana yang sudah terpakai.

Terakhir, penulis terlibat dalam *event Weekend Private Session*. *Event* ini merupakan *event* rutin setiap minggu dimulai pada 18 September 2020 sampai 29 November 2020. Pada *event* ini, diberikan tanggung jawab untuk menjadi PIC sesuai dengan jadwal yang sudah dirundingkan oleh *Marcomm & Promotion team* dan memastikan bahwa *compliment* untuk *customer* selalu siap tersedia.

3.1 Tabel Laporan Kerja Mingguan Magang di PT Alfa Goldland Realty

MINGGU KE	JENIS PEKERJAAN YANG DILAKUKAN MAHASISWA
1 (13-16 Agustus 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Meeting Open House</i> 15-17 Agustus 2020 - Mengajukan <i>Cash Advanced</i> ke <i>finance</i> - Membuat <i>voucher</i> untuk <i>Open House</i> 15-17 Agustus 2020 - <i>Incharge Open House Marketing Gallery</i> Elevee
2 (17-21 Agustus 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Incharge Soft Launching Marketing Gallery</i> Elevee - <i>Incharge Agent Gathering</i> - Menjadi MC pada <i>event Pet Owner Gathering</i> - Realisasi <i>Cash Advanced Agent Gathering</i> - <i>Prepare tools open house</i> 20-23 Agustus 2020 - Membuat proposal pengajuan <i>Community Gathering</i> - <i>Incharge Agent Gathering</i>
3 (24-30 Agustus 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Closing Cash Advanced Agent Gathering</i> - Perizinan <i>Flyering Tim Sales In House</i> - <i>Meeting Investor Gathering</i> (28 Agustus), <i>Open House</i>, <i>event Free Medical Check Up</i> (29 Agustus), dan <i>Mercy Community Gathering</i> (30 Agustus 2020) - Membuat Pengajuan <i>Cash Advanced Investor</i> dan <i>Client Gathering</i>

	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat surat undangan <i>BMW Gathering</i> - Membuat surat undangan mengenai event <i>Free Medical Checkup</i> untuk warga Alam Sutera - Koordinasi mengenai <i>design voucher</i> untuk <i>Open House</i> 29-30 Agustus 2020 - <i>Incharge Agent Gathering</i> di Angke Kelapa Gading - Realisasi <i>Cash Advance Open House</i> - Revisi <i>Rundown Mercy Gathering</i> - <i>Contact Vendor Burger</i> - <i>Contact Pertamina</i> - <i>Contact Kerjasama Wedding Organizer</i> - <i>Prepare event Free Medical Check Up with Prodia</i> - <i>Prepare materi promosi Agent Flyering</i> - <i>Prepare Investor Gathering</i> - <i>MC Investor Gathering</i> - <i>Incharge Agent Flyering</i> - <i>Incharge Launching Apartment Elevee</i>
<p>4 (31 Agustus-6 September 2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Koordinasi pembuatan undangan <i>CBR Gathering</i> - Koordinasi vendor Shell terkait <i>Gift Voucher</i> - Menetapkan vendor 5-6 September 2020 - Update realisasi <i>Cash Advanced Open House</i> Agustus-September - Evaluasi <i>post-event Mercy Gathering</i> - Koordinasi <i>coffee shop</i> untuk <i>flyering Sales In House</i> - Koordinasi mengenai <i>Agent Flyering</i> 5-6 September 2020 - Menyiapkan <i>voucher</i> untuk support event <i>Sales In House</i> - <i>Prepare Inventor Gathering</i> - <i>Incharge Investor Gathering</i>

	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Meeting CBR Gathering</i> - <i>Incharge dan menjadi MC untuk event CBR Gathering</i>
5 (7-12 September 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Update realisasi cash advanced</i> - <i>Membuat database untuk catering customer compliment Investor Gathering</i> - <i>Membuat surat izin flyering</i> - <i>Meeting Event Joglosemar</i> - <i>Meeting Event Live Cooking</i> - <i>Merevisi faktur untuk pertanggungjawaban ke finance</i> - <i>Koordinasi Voucher Show Unit dengan team design</i> - <i>Prepare Investor Gathering tools</i> - <i>Incharge Investor Gathering</i> - <i>Incharge event Live Cooking With Chef Eddrian</i>

<p>6 (14-20 September 2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Meeting Ferari Gathering</i> - Koordinasi dan <i>dealing</i> vendor <i>event organizer</i> untuk 18 September 2020 - <i>Prepare event</i> 18 sept (<i>High Tea</i> dan <i>Private Dinner</i>) - Menyiapkan konsumsi <i>Product Knowlegde Marketing Club</i> - <i>Meeting</i> dengan vendor <i>Event Organizer</i> - Menentukan final konsep untuk <i>event High Tea</i> dan <i>Private Dinner</i> - Mencari barang keperluan <i>event High Tea</i> dan <i>Private Dinner</i> - <i>Incharge Event High Tea</i> dan <i>Private Dinner</i> - <i>Incharge event Harley Davidson Community</i>
<p>7 (21-26 September 2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Meeting agenda Marketing Club event</i> - Realisasi <i>event Harley Gathering</i> - Membuat surat izin <i>digital flyering</i> untuk <i>sales</i> - <i>Prepare tools support</i> untuk <i>event Weekend Private Session</i> - <i>Incharge loading in</i> peralatan <i>event Weekend Private Session</i> - <i>Incharge event Weekend Private Session</i>
<p>8 (28 September- 4 Oktober 2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realisasi <i>event Weekend Private Session</i> - <i>Prepare event Weekend Private Session</i> 2-4 Oktober 2020 - <i>Closing</i> 4 realisasi <i>cash advanced</i> - <i>Incharge event Weekend Private Session</i>

<p>9 (5-11 Oktober)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat surat izin <i>Sales flyering</i> - Membuat surat izin <i>Agent flyering</i> - Melengkapi dokumen realisasi - <i>Technical meeting</i> pengumuman <i>IG Competition</i> - Realisasi <i>cash advanced event</i> - <i>Prepare</i> pengumuman pemenang kompetisi Instagram - <i>Incharge</i> pengundian pemenang kompetisi IG - Meeting <i>new event idea</i> (Bersepeda dengan Joe Taslim, <i>Pet Spa, Cycling Stop</i>) - <i>Incharge event Weekend Private Session</i>
<p>10 (12-17 Oktober 2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Koordinasi <i>event Rp. 1 untuk Rp. 100.000 Voucher Shell</i> dengan pihak Shell - <i>Update</i> realisasi <i>cash advanced Weekend Private Session 09-11 Oktober 2020</i> - <i>Technical Meeting</i> persiapan pemilihan unit 24 Oktober 2020 - <i>Incharge Event Private Session</i>
<p>11 (19-24 Oktober 2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realisasi <i>Event Private Session 16-18 Oktober 2020</i> - Membuat <i>layout</i> untuk acara Pemilihan Unit 24 Oktober 2020 - <i>Briefing dealer</i> untuk Pemilihan Unit 24 Oktober 2020 - Mempersiapkan kaos, ATK dan peralatan lain untuk Pemilihan Unit - Gladi kotor dan gladi bersih Pemilihan Unit - <i>Incharge</i> sebagai <i>coordinator</i> lapangan Pemilihan Unit
<p>12 (26-31 Oktober 2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Merevisi realisasi dana sebelumnya - Membuat realisasi dana untuk pemilihan unit 24 Oktober 2020 - <i>Meeting event Cycling Stop, Ride with Joe Taslim dan Pet Event</i> - <i>Incharge Event Weekend Private Session</i>

13 (2-6 November 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat revisi dari <i>cash advanced</i> yang belum terselesaikan - Mengupdate realisasi <i>cash advanced</i> yang sedang berjalan - <i>Meeting event “Magical Christmas”</i> - Membuat <i>action plan</i> terkait rangkaian <i>event Magical Christmas</i> - Merevisi dan menyiapkan Voucher Shell untuk <i>event Rp. 1</i>
-----------------------------	--

3.3 Pembahasan

Firmansyah (2020, p. 7) menyatakan bahwa *marketing communications* merupakan bentuk komunikasi dengan tujuan memperkuat strategi pemasaran agar segmen pasar yang diraih lebih luas. Suatu perusahaan menggunakan berbagai bentuk komunikasi pemasaran untuk mencapai tujuan finansial dan juga mempromosikan apa yang mereka pasarkan, dalam *Integrated Marketing Communication (IMC)* diperlukan beberapa konsep pemasaran, seperti *direct marketing, sales promotion, public relation, personal selling, advertising, word of mouth marketing, events and experiences*, dan *interactive marketing*.

Salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh penulis sebagai praktik kerja lapangan adalah *events and experiences* dengan penjabaran sebagai berikut:

3.3.1 *Event Management*

Firmansyah (2020, p. 35) mengatakan bahwa *event marketing* adalah peristiwa promosional atau situasi yang signifikan yang melibatkan *customer* dalam *event* serta mempunyai fokus utama untuk menangkap perhatian. Organisasi-organisasi dan perusahaan *non-profit* menyelenggarakan *event* dengan beberapa alasan, yaitu: untuk mengasosiasikan sebuah *brand* dengan aktivitas melibatkan sasaran khalayak, gaya hidup atau orang-orang tertentu, untuk meningkatkan *brand awareness*, untuk menyediakan *platform* yang baik bagi *brand publicity* dan meraih sasaran khalayak yang sulit dijangkau.

Any Noor dalam Puji (2018, p. 15) menyatakan bahwa definisi dari *event* adalah sebuah bentuk kegiatan yang dilakukan guna memperingati

suatu hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara kelompok atau individu yang terikat secara budaya, agama, tradisi dan adat yang diselenggarakan dengan melibatkan lingkungan masyarakat pada waktu tertentu untuk mencapai suatu tujuan.

Event merupakan media komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan interaksi dengan publik secara langsung dalam menyampaikan pesan dan informasi. *Event* dapat menjadi sebuah media publisitas juga yang efektif dalam jenis *special event* selain sebagai media komunikasi dalam menyampaikan pesan. (Rusmana, Suminar, Hadisiwi, & Karlinah, 2019)

Corporate event adalah suatu acara yang dikelola atau diselenggarakan oleh atau untuk sebuah organisasi dengan tujuan membantu mewujudkan tujuan dari organisasi baik itu jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang (Puji, 2018, p. 17)

Goldblatt dalam Rusmana et al (2019, p. 591) menyatakan bahwa *event management* merupakan kegiatan profesional yang mempertemukan dan mengumpulkan sekelompok orang dengan tujuan pemasaran dan reuni, pendidikan, perayaan, serta bertanggung jawab melakukan penelitian, membuat *design* kegiatan, membuat perencanaan, melaksanakan koordinasi dan pengawasan untuk merealisasikan kehadiran dari kegiatan. Lima tahap yang harus dilakukan agar sebuah *special event* berjalan dengan efektif dan efisien, yaitu riset, perencanaan, *design*, koordinasi, dan evaluasi

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *event* merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh sebuah individu, kelompok maupun perusahaan dengan melibatkan publik agar dapat berinteraksi secara langsung dan mencapai sebuah tujuan dari penyelenggara itu sendiri.

3.3.1.1 Proses Manajemen *Event*

Selama penulis melaksanakan praktik kerja magang di proyek Elevee dengan berbagai macam *event*, seperti *Open House, Pet Owner Gathering, Agent Gathering, Private Client Dinner, Launching Elevee Penthouses and Residences, Community Gathering, Investor Gathering, Unit Selection* dan *Weekend Private Session, marcomm team* beserta penulis menerapkan empat tahapan proses dalam manajemen *event* (Puji, 2018, p. 35) sebagai berikut:

- a. Merencanakan, yaitu merencanakan kebutuhan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan tujuan melalui penyelenggaraan sebuah acara.
- b. Mengorganisir, yaitu menentukan organisasi pelaksana sebuah acara, yang meliputi pembagian tugas dan tanggung jawab pelaksana suatu acara.
- c. Melaksanakan, yaitu melaksanakan suatu acara sesuai dengan tugas dan tanggung-jawab masing-masing dengan menggunakan sumber daya sesuai dengan yang sudah direncanakan.
- d. Mengevaluasi kegiatan, yaitu mencocokkan hasil yang sudah diperoleh dalam melaksanakan suatu acara secara efektif dan efisien, dibandingkan dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan tahapan proses manajemen *event* di atas, proyek Elevee juga menerapkan tahapan proses yang sama dalam setiap pelaksanaan *eventnya* dengan penjelasan sebagai berikut:

a. *Open House*

- Merencanakan

Penulis dan *team* melakukan pencarian beberapa vendor yang sesuai dengan tema *Open House* saat itu dan akan diajukan kepada *divison head* untuk diputuskan.

- Mengorganisir

Kepala Departemen membagi jadwal PIC kepada *team* untuk memastikan segala apapun yang terkait dengan vendor di hari *event*.

- Melaksanakan

Marcomm team akan datang ke *venue* sesuai dengan jadwal waktu yang sudah ditentukan sebelumnya. Saat pagi, *team* harus memastikan vendor sudah datang dan menata seluruh peralatan dengan rapi, *team* harus *update* bagaimana *traffic customer* yang datang dan tetap memastikan bahwa *compliment* dari vendor cukup untuk *customer*.

- Mengevaluasi Kegiatan

Setiap Senin setelah *event*, *marcomm team* melakukan evaluasi terkait kesesuaian jumlah yang dipesan dengan *customer* yang datang, sikap bertanggung jawab dari pihak vendor (datang tepat waktu, rapi, sopan, memakai perlengkapan sesuai protokol kesehatan)

Gambar 3.1 *Open House Dimsum Feast*



Sumber : Data Peneliti (Agustus, 2020)

Gambar 3.2 *Open House Coffee Time with Starbucks*



Sumber : Data Peneliti (Agustus, 2020)

Gambar 3.3 *Open House Kebab Party*



Sumber : Data Peneliti (Agustus, 2020)

b. *Pet Owner Gathering*

- Merencanakan

Pada proses perencanaan, *Marcomm team* mencari komunitas *pet* yang sesuai dengan target market dari Elevee agar tujuan dapat terwujud.

- Mengorganisir

Setelah mendapatkan komunitas yang dirasa tepat, *Marcomm team* membuat struktur organisasi. Pada *event* ini, penulis menjadi penanggung jawab utama, sedangkan *team* lain mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan setelah *rundown* dibuat oleh penulis.

- Melaksanakan

Pada pelaksanaannya, penulis merangkap tugas menjadi seorang MC (*Master of Ceremony*). *Event* ini terdiri dari beberapa rangkaian, yaitu *fashion show pet* dan *photo contest* di *show unit* Elevee. Setiap rangkaian memiliki pemenang dengan hadiah yang berkaitan dengan kebutuhan *pet*. *Event* ini diselenggarakan karena Elevee ini memperkenalkan *tower apartment pet friendly*.

- Mengevaluasi Kegiatan

Marcomm team melakukan evaluasi terkait seluruh rangkaian yang terlaksana, seperti kesesuaian target market dengan Elevee, kesiapan panitia dalam menyelenggarakan dan kesesuaian jumlah komunitas yang hadir dengan saat pendaftaran.

Gambar 3.4 Poster *Event Pet Owner Gathering*



Sumber : Data Peneliti (Agustus, 2020)

c. *Agent Gathering*

- Merencanakan

Agent Gathering merupakan kegiatan untuk mengenalkan Elevee kepada agen properti yang ada di Indonesia, dalam kegiatan ini memerlukan vendor untuk kursi dan televisi, konsumsi dan *snack* sebagai tunjangan kenyamanan bagi para agen yang datang.

- Mengorganisir

Marcomm team dibagi menjadi 2 sub *team*, yaitu konsumsi dan peralatan. Disini, penulis mendapatkan *jobdesc* untuk bertanggung jawab dengan konsumsi dan juga *snack* untuk memastikan datang tepat waktu dan jumlah yang datang sesuai dengan yang dipesan.

- Melaksanakan

Pada pelaksanaannya, setiap undangan agen properti datang ke *marketing gallery* Elevee, mendapatkan konsumsi dan *snack*, mendengarkan *product knowledge* dari pihak Elevee untuk membantu menaikkan penjualan.

- Mengevaluasi Kegiatan

Hasil evaluasi dari kegiatan ini, yaitu kegiatan ini efektif dikarenakan agen properti yang datang dengan semangat ingin membantu meningkatkan penjualan dari Elevee.

Gambar 3.5 *Layout Agent Gathering*



Sumber : Data Peneliti (2020)

Gambar 3.6 Suasana *Agent Gathering*



Sumber : Data Peneliti (2020)

d. *Private Client Dinner*

- Merencanakan

Marcomm dan penulis membuat *listing restaurant* yang akan menjadi tempat untuk bertemu dan mengenalkan Elevee kepada *customer*.

- Mengorganisir

Setiap pelaksanaanya, satu orang dari *marcomm team* menjadi PIC untuk memastikan semua kegiatan berjalan dengan lancar.

- Melaksanakan

Private Client Dinner dilaksanakan beberapa kali oleh pihak *Sales In House* dan *Agent* dengan makan malam bersama undangan *customer* yang disusun agar *customer* tetap mendengarkan *product knowledge* dari pihak Elevee.

- Mengevaluasi Kegiatan

Marcomm team, *Agent* dan *Sales* mengevaluasi kegiatan ini mengenai keefektifan jumlah *customer* yang datang dengan jumlah pengeluaran dari sisi biaya, waktu dan tenaga.

Gambar 3.7 Suasana *Private Client Gathering*



Sumber : Data Peneliti (2020)

e. *Launching Elevee Penthouses and Residences*

- Merencanakan

Marcomm team menghubungi media yang dapat bekerjasama dengan Elevee untuk menyiarkan secara langsung *launching* untuk tanggal 29 Agustus 2020. Ketika sebuah media sudah menyetujui, maka pihak Elevee dan pihak media bertemu untuk melakukan negosiasi harga. Elevee bekerjasama dengan 11 *group* media dengan 50 *channel* media nasional.

- Mengorganisir

Marcomm team membagi seluruh Departemen Elevee untuk menjadi PIC dalam pelaksanaan *launching*. Setiap orang mendapatkan tanggung jawab untuk mengontrol satu media atau bahkan lebih yang berbeda untuk dilaporkan pada saat evaluasi.

- Melaksanakan

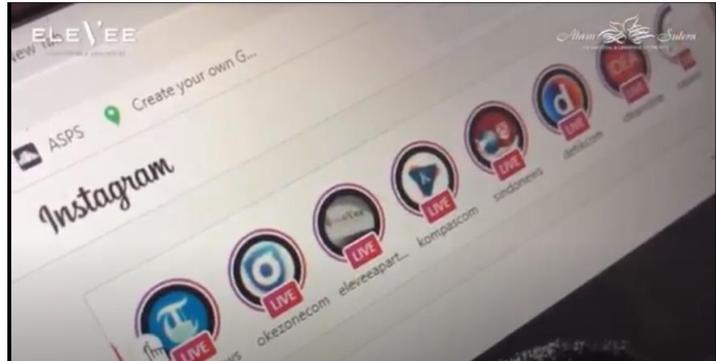
Pada 29 Agustus 2020, seluruh *team* yang bertugas datang pada pukul 09.00 WIB untuk *briefing* kembali mengenai PIC setiap media. PIC harus mengontrol seberapa banyak yang menonton IG *live* tersebut karena Elevee memiliki perjanjian khusus dengan media terkait jumlah *audience*.

- Mengevaluasi Kegiatan

Pada 31 Agustus 2020, seluruh PIC diwajibkan untuk melaporkan terkait jumlah *audience* pada saat *live* berlangsung dan didapatkan hasil bahwa terdapat beberapa media yang telat bahkan tidak menayangkan sesuai

dengan perjanjian sebelumnya. Oleh karena itu, terdapat negosiasi kembali antara pihak Elevee dengan pihak media.

Gambar 3.8 Sorotan *Live* IG Media



Sumber : Data Peneliti (Agustus, 2020)

f. *Community Gathering*

- Merencanakan

Penulis dan *marcomm team* mencari komunitas yang sesuai dengan target market dari Elevee, seperti komunitas Mercy, komunitas CBR, komunitas Harley Davidson, komunitas sepeda dengan harga yang tinggi, dan komunitas arisan *Passion Jewerly*.

- Mengorganisir

Pada *event* kali ini, *marcomm team* dibagi menjadi 2 sub *team*, yaitu konsumsi dan *snack* serta peralatan, seperti kursi, meja dan televisi.

- Melaksanakan

Setelah *member* datang, mereka dapat langsung menyantap konsumsi yang sudah disediakan lalu para *Sales* akan mendatangi

member komunitas untuk memberitahu tentang Elevee dan mengajak *member* untuk melihat *show unit*.

- Mengevaluasi Kegiatan

Dari hasil evaluasi kegiatan ini, beberapa *member* komunitas tertarik dengan Elevee sehingga dikatakan oleh *general manager*, *community gathering* ini efektif.

3.9 Mercy Gathering



Sumber : Data Peneliti (Agustus, 2020)

3.10 Harley Gathering



Sumber : Data Peneliti (September, 2020)

g. *Investor Gathering*

- Merencanakan

Pada proses ini, *marcomm team* mencari vendor *restaurant* yang dapat menyanggupi untuk *outside catering* dengan negosiasi harga yang sesuai dengan *budget* Elevee.

- Mengorganisir

Penulis pernah mendapatkan kesempatan untuk menjadi MC, pada kesempatan lain penulis menjadi bertanggung jawab sebagai *runner rundown* dan juga membuat *plot* konsumen.

- Melaksanakan

Pada pelaksanaannya, *customer* duduk di kursi yang sudah disediakan dengan tetap jaga jarak dan diberikan *compliment* dari Elevee. Kemudian, *General Manager* dari Elevee melakukan presentasi mengenai Elevee.

- Mengevaluasi Kegiatan

Kegiatan ini juga merupakan salah satu kegiatan yang berhasil karena tujuan yang diharapkan tercapai, beberapa konsumen yang datang memutuskan untuk memiliki unit di Elevee.

3.11 Suasana *Investor Gathering*



Sumber : Data Peneliti (September, 2020)

h. *Unit Selection*

- Merencanakan

Untuk perencanaannya, pertama tim dari *Marcomm* menghubungi beberapa divisi lain untuk membantu *event* ini, seperti *team IT* untuk membantu pembuatan sistem yang terintegrasi agar pemilihan *unit* satu dengan yang lainnya tidak sama, *team General Affairs* untuk menyediakan dispenser, galon air, *paper cup* dan lain-lain yang berhubungan dengan inventaris kantor, dan seluruh *team* lain yang dapat membantu menjadi *dealer* pada saat pelaksanaannya.

- Mengorganisir

Pada pemilihan *unit*, seluruh *marcomm team* berpecah dalam setiap tugasnya, ada yang bertugas sebagai *dealer*, asisten koordinator lapangan bagian internal, dan juga koordinator lapangan bagian eksternal (terkait dengan vendor *food stall*, *band* dan konsumen).

- Melaksanakan
Pelaksanaannya dilakukan pada 24 Oktober 2020, seluruh *customer* yang memiliki NUP (Nomor Urut Pemesanan) akan memilih unit yang mereka inginkan di Elevee.
- Mengevaluasi Kegiatan
Kegiatan berjalan dengan lancar, namun kurangnya koordinasi antara *sales* dengan konsumen sehingga kegiatan tidak berjalan sesuai dengan *rundown*.

3.12 Suasana Pemilihan *Unit*



Sumber : Data Internal (Oktober, 2020)

- i. *Weekend Private Session*
 - Merencanakan
Marcomm team mempersiapkan seluruh vendor untuk kursi, meja, konsumsi dan *event organizer*. *Event organizer* berfungsi untuk mendekor seluruh meja dan kursi yang sudah tersedia.
 - Mengorganisir
Saat pelaksanaannya, pembagian tugas dari *marcomm team*, yaitu bertanggung jawab dengan konsumsi, bertanggung jawab dengan *sound*,

bertanggung jawab dengan konsumen dan bertanggung jawab dengan perlengkapan.

- Melaksanakan

Kegiatan ini berlangsung setiap hari Jumat, Sabtu dan Minggu mulai pada tanggal 18 September 2020 pukul 08.00 WIB-20.00 WIB.

- Mengevaluasi Kegiatan

Kegiatan ini kurang efektif dikarenakan kurangnya konsumen yang tertarik untuk datang ke *marketing gallery* sehingga ekspektasi dari *General Manager* tidak sesuai dengan realita yang terjadi.

3.13 Suasana *Weekend Private Session*



Sumber : Data Peneliti (September, 2020)

3.3.2 Kendala Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Selama penulis melaksanakan praktik kerja magang, penulis menemukan beberapa kendala sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan penulis mengenai pemotongan pajak terkait PPh (Pajak Penghasilan) dan PPN (Pajak Pemotongan Nilai) sehingga saat realisasi pengeluaran dana, penulis harus konsultasi berulang dengan Departemen Pajak.
2. Tahap evaluasi yang merupakan tahapan terakhir dari setiap proses manajemen *event* belum dilakukan secara formal dan

serius sehingga terkadang pelaksanaan *event* selanjutnya kurang maksimal.

Dengan adanya kendala yang dirasakan oleh penulis, maka penulis menemukan solusi dari kendala sebagai berikut:

1. Penulis mempelajari dan rutin berkoordinasi dengan pihak pajak untuk mengetahui potongan PPN dan PPh yang benar agar realisasi dana berjalan dengan benar.
2. Seharusnya perusahaan tetap memperhatikan sebuah tahap evaluasi dan dibuatkan forum formal walaupun tahap ini merupakan tahapan terakhir dari sebuah proses manajemen *event*, agar pelaksanaan *event* selanjutnya lebih maksimal.