

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Selama melakukan kerja magang di PT Akasa Boga Kreasindo, penulis memiliki kedudukan sebagai *Marketing Intern* yang melakukan pekerjaan di bidang *Marketing Communication* dan *Public Relations*. Sebagai *Marketing Communication intern*, penulis diawasi oleh Rachel Yulina Hadi Wong sebagai *Marketing Communication*, yang menjalankan kegiatan *Marketing Communication* di PT Akasa Boga Kreasindo. *Marketing Communication*, merupakan divisi yang bertanggung jawab terhadap kegiatan pemasaran setiap restoran (Royal Eight, Empress China Bar, Mandeh Padang Asli) yang berada di dalam naungan PT Akasa Boga Kreasindo. Penulis diberikan arahan kerja oleh *supervisor* dan dibimbing selama melakukan pekerjaan.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

**Tabel 3. 1 Uraian Timetable dan Kegiatan Kerja Magang**

Kategori Pekerjaan	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan															
		Sep'20				Okt'20					Nov'20				Des'20		
		1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1		
Online Public Relations	Mengundang <i>influencer</i> ke Mandeh dan Empress untuk <i>me-review</i> makanan	■	■									■	■				
	Membuat report <i>Influencer</i> yang sudah <i>me-review</i> makanan			■								■					
	Mengajak media bekerjasama untuk memposting <i>cooking competition</i>					■	■	■									
	Membuat Press Release				■			■	■								
Event	Membuat <i>list</i> dan menghubungi vendor untuk halloween party					■	■		■								
Direct Marketing	Membuat dan menyebarkan <i>Newsletter promotion</i>						■	■				■	■	■			
	Membuat konten WA <i>blast</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Sales Promotion	Menghubungi media untuk <i>giveaway voucher</i>		■														
	Mengadakan <i>giveaway voucher</i>			■													

Social Media	Membuat dan memposting konten feed Instagam Royal Eight																
-----------------	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

### **3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **3.3.1 Pelaksanaan Kerja Magang**

Selama melakukan kegiatan kerja magang dalam tiga bulan lebih, penulis diberikan tugas oleh pembimbing magang untuk membantu menjalankan kegiatan *marketing communication* PT Akasa Boga Kreasindo. Ada beberapa pekerjaan yang diberikan kepada penulis terkait dengan *marketing communication* yaitu, melakukan *Online Public Relations, Event, Direct Marketing, Sales Promotion, dan Social Media*. Berikut merupakan uraian dari setiap pekerjaan yang dilakukan oleh penulis.

##### ***Online Public Relations***

Selama melakukan magang di PT Akasa Boga Kreasindo, penulis ditugaskan untuk menjalin hubungan dengan media dan *influencer*. Hal tersebut dilakukan untuk menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan *stakeholders*.

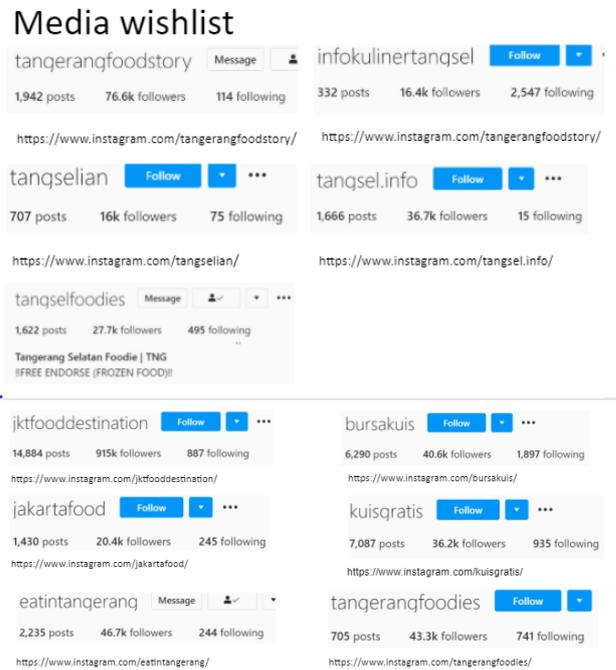
##### ***A. Media Relations***

Penulis memiliki tugas untuk membantu perusahaan dalam pelaksanaan *media relations*. Penulis bertugas untuk membuat *media contact list* yang berisi daftar media untuk diajak bekerjasama. Daftar ini berguna sebagai database perusahaan jika ingin mengadakan *event*, mengadakan kegiatan, mengirimkan *press release*, dan melakukan *media gathering*.

Pada tanggal 15 Oktober 2020, salah satu restoran PT Akasa Boga Kreasindo yaitu Royal Eight mengadakan lomba memasak. Penulis ditugaskan oleh *supervisor* untuk mencari media yang cocok untuk memposting konten dari *cooking competition* tersebut. Penulis kemudian menyortir media yang sudah dikumpulkan untuk diseleksi berdasarkan jumlah *followers* Instagram, dan mencari media mana saja yang tidak berbayar. Berhubungan dengan program kompetisi memasak, maka media yang dipilih adalah media yang memiliki konten tentang makanan

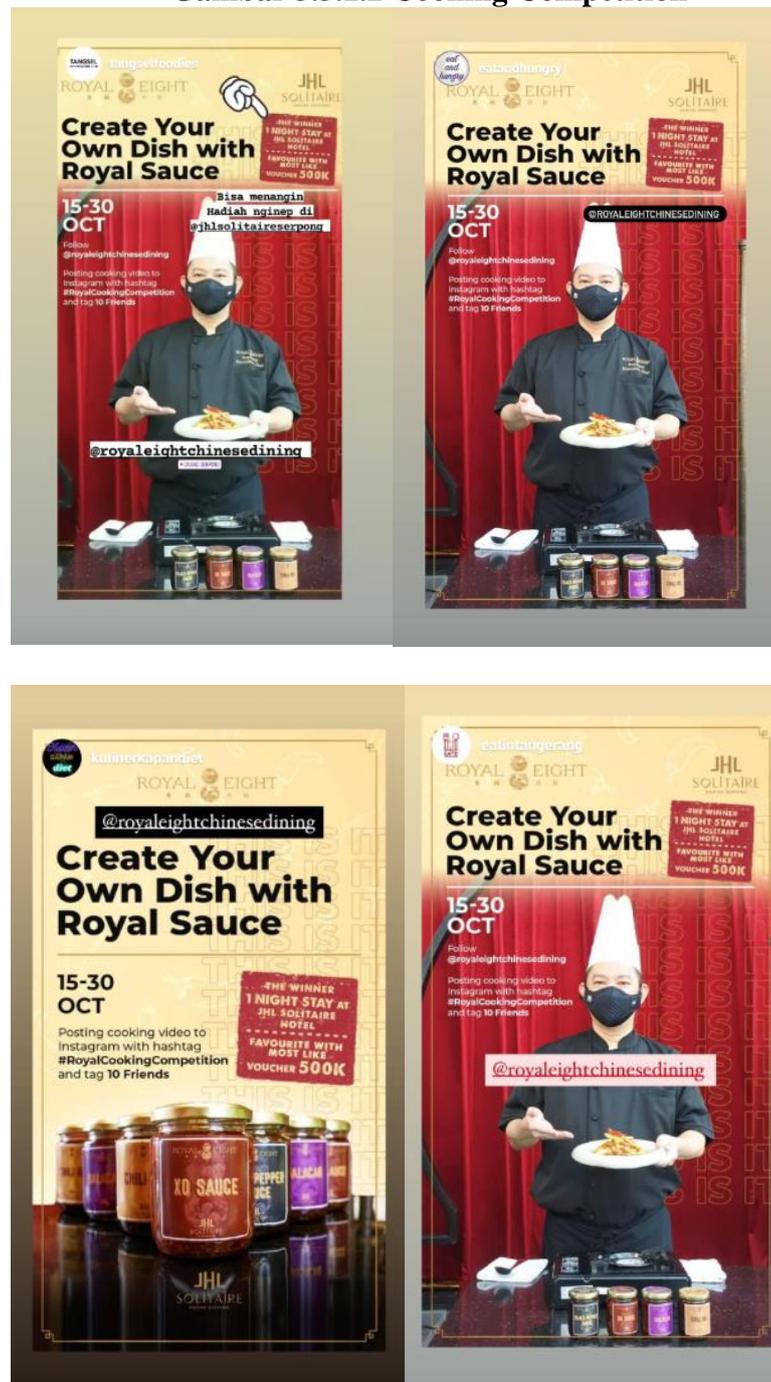
dan juga kompetisi. Berikut adalah *list* media yang sudah dibuat oleh penulis.

**Gambar 3.3.1.1 List Media**



Setelah menghubungi media dari list tersebut dan berdiskusi dengan *supervisor*, akhirnya penulis mendapatkan media yang sesuai yaitu, “eatintangerang, kulinerkapandiet, eatandhungry dan tangselfoodies”. Setelah itu, penulis mengirimkan foto yang berisi konten tentang lomba memasak beserta syarat dan ketentuan, untuk di *upload* di Instagram masing-masing media. Berikut adalah foto konten *cooking competition* yang sudah ditampilkan di masing-masing Instagram media

Gambar 3.3.1.2 Cooking Competition



B. Press Release

Aktivitas *public relations* juga penulis lakukan selama melakukan pekerjaan magang, yaitu membuat *press release* untuk setiap restoran yang ada di PT Akasa Boga Kreasindo agar

mendapatkan *coverage* di media. Dalam membuat *press release* penulis diberikan konten mengenai lomba memasak dan dimsum Halloween dari Royal Eight, makan padang sepuasnya yaitu Makan Lai dari Mandeh, dan *re-opening* Empress China Bar, yang masing-masing dari konten tersebut harus dibuatkan *press release*-nya. Dalam membuat *press release* tersebut, penulis mengikuti kaidah-kaidah dalam penulisan *press release* yaitu, harus memiliki nilai berita (*news value*) mengenai suatu peristiwa yang menarik. Penulisan *press release* harus disusun seperti piramida terbalik (*inverted pyramid*), dan harus memiliki komponen penulisan jurnalistik, 5W & 1H (*What, Who, Where, When, Why, dan How*) (Hanathasia, 2017). Berikut adalah *press release* yang sudah dibuat oleh penulis.

### Gambar 3.3.1.3 Press Release





**PRESS RELEASE**  
**CONTACT INFORMATION:**  
 PT AKASA BOGA KREASINDO  
 Yulina Hadi Wong  
 081213700092  
[macrom@akasaboga.com](mailto:macrom@akasaboga.com)



**Rayakan Momen Halloween dengan Dimsum Special Royal Eight**

Tangerang, 15 Oktober 2020 - Dalam rangka merayakan hari Halloween pada bulan Oktober, Royal Eight sebagai salah satu restoran yang berada dalam naungan PT Akasa Boga Kreasindo mengeluarkan dimsum spesial yang bertemakan Halloween. Varian Spesial Dimsum Halloween dapat anda nikmati di Royal Eight yang berada di Hotel JHL Solitaire Gading Serpong, lantai 5.

Dimsum tersebut dibuat langsung oleh Executive Chef Dimsum, Lee Woon Yong yang merupakan Chef yang sangat berpengalaman dalam pembuatan dimsum. Varian dimsum Halloween akan dibuat dengan bentuk-bentuk yang menarik, seperti karakter pada saat Halloween sehingga pengunjung dapat menikmati suasana Halloween saat mereka datang ke Royal Eight.

Tidak hanya bentuknya yang menarik, cara penyajian dimsum tersebut juga dibuat berbeda dari biasanya. Varian dimsum Halloween akan disajikan dalam 5 item, dengan harga mulai dari Rp. 58.000++-. Varian dimsum Halloween tersebut dibuat secara terbatas, yang hanya tersedia pada 20 Oktober - 31 Oktober 2020.

Royal Eight selalu memberlakukan protokol kesehatan yang ketat, seperti memberi jarak 1 meter antar pengunjung sebagai bentuk *physical distancing*, membatasi jumlah pengunjung, menyediakan *hand sanitizer*, menggunakan sarung tangan, dan mengharuskan penggunaan masker, sehingga pengunjung tetap merasa aman selama berada di Royal Eight. Selain itu, Royal Eight juga melakukan penyemprotan disinfektan secara berkala. Royal Eight akan terus memberikan pelayanan terbaik demi kebersihan, keamanan dan kenyamanan pelanggan.

###

**PT AKASA BOGA KREASINDO**  
 JHL Solitaire Hotel, a D Varee Collection  
 Jalan Gading Serpong Boulevard Barat  
 Blok S/05, Lt. #05 Gading Serpong  
 Curug Sangereang Kelapa Dua  
 Tangerang Banten 15810, Indonesia  
 Phone: 021 - 3950 5013



**PRESS RELEASE**  
**CONTACT INFORMATION:**  
 PT AKASA BOGA KREASINDO  
 Yulina Hadi Wong  
 081213700092  
[macrom@akasaboga.com](mailto:macrom@akasaboga.com)



**RE-OPENING EMPRESS CHINA BAR**

Tangerang, Indonesia - 25 September 2020 Empress China Bar yang merupakan salah 1 brand yang berada dalam naungan PT Akasa Boga Kreasindo yang terletak di Hotel JHL Solitaire Gading Serpong kembali beroperasi. Setelah melakukan renovasi sejak 15 Maret 2020 sebagai bentuk pembaharuan konsep guna meningkatkan kenyamanan bagi para pelanggannya, akhirnya Empress kembali menyambut customer dengan regulasi NEW NORMAL.

Renovasi yang dilakukan EMPRESS CHINA BAR tersebut, mengubah konsep outdoor menjadi semi outdoor. Konsep semi outdoor dirancang dengan penggunaan kaca agar para pelanggan tetap dapat menikmati indahnya pemandangan kota Tangerang selatan di rooftop dengan aman dan nyaman sembari menikmati menu yang dihidangkan oleh EMPRESS CHINA BAR.

EMPRESS CHINA BAR memberikan pengalaman bersantai kepada para penikmat minuman. Menu yang ditawarkan berupa minuman terkenal seperti Wine, signature cocktail, mocktail yang disajikan oleh bartender yang berkualitas, melayani dengan ketulusan, dan ahli pada bidangnya.

EMPRESS CHINA BAR menyediakan layanan makan di tempat (*dine-in*) dengan jam operasional Senin - Minggu pukul 15.00 - 22.00 WIB. EMPRESS CHINA BAR memberlakukan Kesehatan yang ketat, seperti memberi jarak 1 meter antar pengunjung sebagai bentuk *physical distancing*, membatasi jumlah pengunjung, menyediakan *hand sanitizer*, menggunakan sarung tangan, dan mengharuskan penggunaan masker di lingkungan EMPRESS CHINA BAR. Selain itu, EMPRESS CHINA BAR juga melakukan penyemprotan disinfektan secara berkala. EMPRESS CHINA BAR akan terus memberikan pelayanan terbaik demi kebersihan, keamanan dan kenyamanan pelanggan.

###

**PT AKASA BOGA KREASINDO**  
 JHL Solitaire Hotel, a D Varee Collection  
 Jalan Gading Serpong Boulevard Barat  
 Blok S/05, Lt. #05 Gading Serpong  
 Curug Sangereang Kelapa Dua  
 Tangerang Banten 15810, Indonesia  
 Phone: 021 - 3950 5013





*Press release* yang sudah dibuat oleh penulis, kemudian diserahkan kepada pembimbing magang untuk direvisi jika masih ada kesalahan, kemudian *press release* yang sudah diperbaiki akan dikirimkan ke media oleh pembimbing magang. Namun, *press release* yang sudah dibuat tidak ada yang dipublikasikan oleh media, karena media yang ditujukan berbayar.

### *Influencer Marketing*

Kegiatan *influencer marketing* yang dilakukan oleh PT Akasa Boga Kreasindo adalah bekerjasama dengan *influencer* untuk *me-review* makanan dari setiap restoran yaitu, Mandeh Padang Asli, Royal Eight, dan Empress Bar. “*Influencer Marketing* berarti cara pemasaran dengan memberi pengaruh ke dalam strategi pemasaran perusahaan, untuk membantu melaksanakan visi pemasaran yang lebih luas” (Carlson, 2016). Penulis memiliki tugas untuk mencari beberapa *influencer* yang kemudian akan diundang ke restoran Mandeh dan Empress. Penulis mencari *influencer* di Instagram, yang memiliki jumlah pengikut minimal diatas seribu yang merupakan

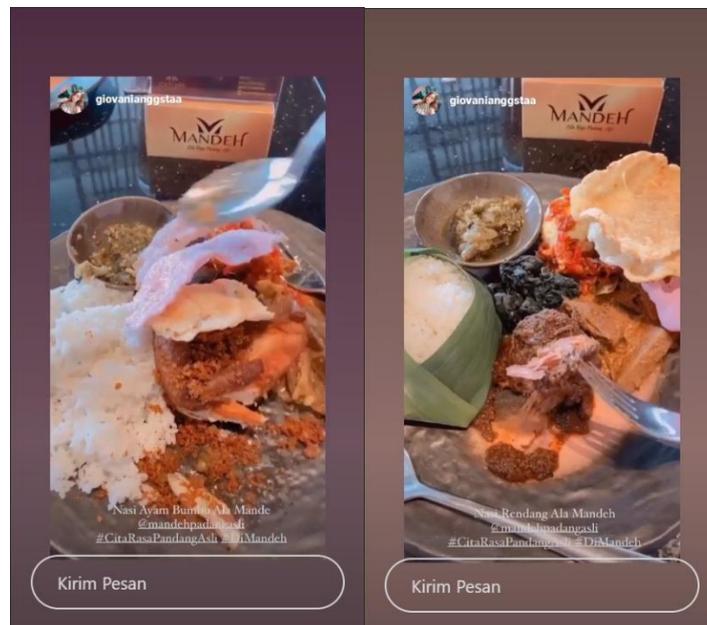
*influencer* makanan, dan juga *blogger*. *Influencer* yang dicari diusahakan tidak memiliki *fee* mengikuti kebijakan dari perusahaan, sehingga hasil *review* yang dilakukan oleh *influencer* adalah *review* yang jujur, dan tidak bergantung pada *fee* yang sudah diberikan. Penulis mengajak *influencer* untuk datang ke restoran Mandeh dan Empress Bar. Tommy Lim, Christi Ell, dan Giovani Anggasta adalah *influencer* yang diundang ke Mandeh untuk me-*review* makanan. Sedangkan Verren Christy adalah *influencer* yang diundang ke Empress Bar.

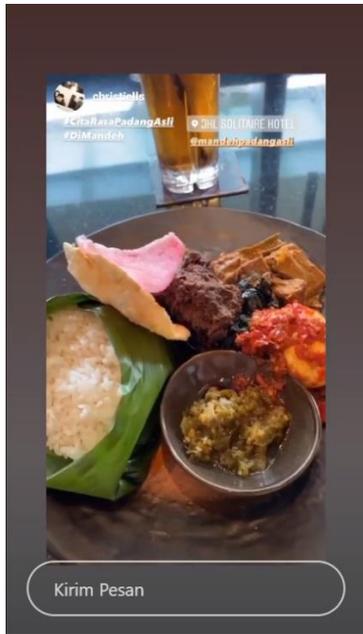
**Gambar 3.3.1.4 Influencer**

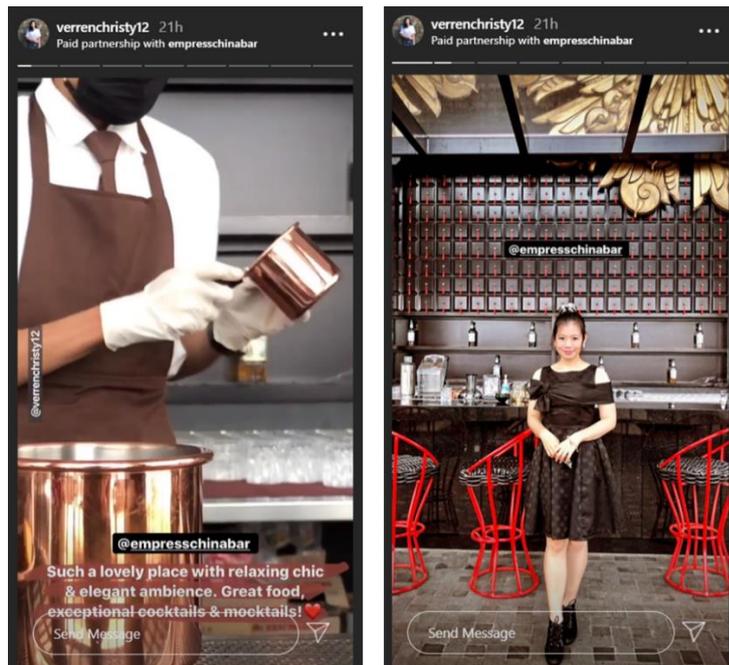
The image displays four Instagram profiles arranged vertically. Each profile includes a circular profile picture, a name, a bio, and statistics for posts, followers, and following. The profiles are: 1. giovaniangqstaa: 280 posts, 55.1k followers, 981 following. Bio: giovani, endorsement / business inq / PP : hellogiovanianggasta@gmail.com ( Manager ), youtube channel: youtube.com/c/giovanianggasta. 2. tommylimm: 1,147 posts, 429k followers, 652 following. Bio: Tommy Limm, Oppa dengan kearifan lokal, officialtommylimm@gmail.com, +628119926292(Cecilia). 3. christiells: 30 posts, 1,331 followers, 948 following. Bio: ell, ferndo's, manadonese, tiktok.com/@another.ell. 4. verrenchristy12: 187 posts, 20.3k followers, 1,747 following. Bio: Verren Christy, TNG-JKT ID, food • movie • travel • coffee, DM for business inquiries, check my published articles below: www.clippings.me/verrenchristy.

Penulis meminta kepada *influencer* tersebut untuk *review* makanan melalui Instagram *story* mereka, agar dapat dilihat oleh pengikut Instagram masing-masing *influencer*. Instagram *story* yang sudah di-*posting*, akan dimasukkan ke *highlight* Instagram masing-masing restoran sebagai bentuk testimoni agar dapat dilihat oleh calon konsumen. Tujuan dilakukannya kerja sama ini adalah untuk meningkatkan *awareness* dari masing-masing restoran dan juga menciptakan *trust* kepada calon konsumen yang ingin berkunjung ke masing-masing restoran.

**Gambar 3.3.1.5 Review oleh Influencer**







Setelah melakukan kerja sama dengan para influencer, penulis membuat report mengenai apa saja yang disampaikan oleh influencer tentang rasa dan masukan untuk masing-masing restoran. Masukan tersebut dapat menjadi bahan evaluasi agar dapat memperbaiki kesalahan atau kekurangan yang ada.

*Public relations* adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan media. Media membutuhkan informasi untuk dapat melakukan publisitas. Hubungan yang menguntungkan antara *public relation* dan media disebut dengan *media relations* (Julia Roberts, 2016). Itulah mengapa PT Akasa Boga Kreasindo menjalin hubungan dengan media, agar dapat mempublikasikan informasi seputar perusahaan melalui media.

Melihat perkembangan dari media *online*, *public relations* kini bertransisi menjadi *online public relations*. *Online Public Relations* merupakan bentuk pembaharuan dari praktik *Public Relations* konvensional, hanya saja menggunakan media yang baru dan strategi baru (Philips & Young, 2011). Terlebih lagi, masyarakat

sudah menggunakan *platform* digital untuk dapat memiliki akses yang lebih luas (Augure, 2017). PT Akasa Boga Kreasindo melihat perkembangan ini dan memanfaatkan media *online* sebagai sarana untuk memperluas saluran komunikasinya.

Selain dengan media, *public relation* juga merupakan kerja sama yang dilakukan dengan *influencer*. (Hayes & Brown, 2017) menggambarkan *influencer* sebagai kekuatan untuk memengaruhi seseorang, benda, atau peristiwa. Pengaruh tersebut dapat memanifestasikan diri dalam banyak cara, seperti saran pembelian langsung. PT Akasa Boga Kreasindo menggunakan *influencer* untuk mengundang konsumen agar datang ke setiap restoran yang ada di PT Akasa Boga Kreasindo, serta mendapatkan *trust* dari konsumen.

## ***Event***

### ***Halloween Party***

Empress China Bar mengadakan *event Halloween Party* yang bertujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat tentang *brand* Empress China bar, yang baru saja melakukan *re-opening*. *Event Halloween* diadakan pada 31 Oktober 2020 yang memiliki konsep *private party*. Tujuan dibuatnya *private party*, mengacu pada protokol kesehatan untuk menghindari dan meminimalkan terjadinya kontak fisik. Penulis sebagai *intern*, membantu *event* ini berjalan dengan mencari vendor di Instagram untuk mendekorasi meja yang ada di restoran Empress. Pencarian vendor bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang seimbang antara vendor dan restoran. Setelah dikumpulkannya daftar nama vendor yang memiliki testimoni baik dan dekorasi yang unik, penulis memberikan daftar beberapa vendor tersebut ke pembimbing magang untuk di diskusikan, lalu di *follow up*. Akhirnya tim memutuskan menggunakan salah satu vendor untuk bekerjasama yaitu, “Evergold Table Decor”.

### Gambar 3.3.1.6 Vendor



**EM PRESS**  
SINCE 2014

**Vendor** : Evergold  
Harga : 500k (1 Table), 400k (2 Tables), DP 50%  
Lokasi : Gading Serpong  
No tlp : 081213465446 (Jessica)

- BENEFIT:**
- Near Empress China Bar
  - No transportation fee
  - Unlimited time for the day
  - Special price for more 2 tables

- WHAT THEY PROVIDE:**
- Candle (Colors can be order)
  - Pumpkin with HANZI wording
  - Mini skull
  - Flower arrangement
  - Personal printable
  - Placemat
  - Thank you/wish card
  - Menu card
  - Table cloth: black
  - Table runner: red
  - HU Cards

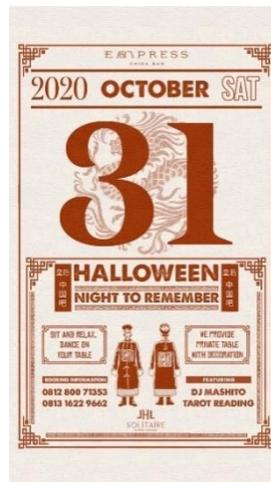


Penulis kemudian menghubungi vendor tersebut untuk bekerjasama, setelah melakukan negosiasi penulis melakukan *brief* kepada vendor tentang tema dan dekorasi apa saja yang diperlukan dalam pelaksanaan *Halloween private party*. Berikut adalah gambar dari dekorasi meja yang sudah dibuat oleh vendor dan gambar perayaan *Halloween party* yang dikunjungi oleh seorang *influencer* dan seorang *DJ*.

**Gambar 3.3.1.7 Dekorasi Meja**



**Gambar 3.3.1.8 Halloween Party**





Menurut Pudjiastusi (2010, p. 17) *event* merupakan acara yang diselenggarakan untuk menarik perhatian. *Special event* merupakan suatu kegiatan yang tidak biasa, dengan tujuan untuk merayakan dan menghibur sekelompok orang (Shone & Parry, 2010) Konsep ini sesuai dengan PT Akasa Boga Kreasindo yang mengadakan sebuah *event* untuk menarik perhatian target *customernya* dengan cara merayakan hari Halloween agar mendapatkan kembali *awareness* setelah melakukan renovasi selama beberapa bulan. Salah satu jenis event yang dilakukan Empress Bar adalah *cultural event* (Noor, 2013) yaitu, *halloween party* yang merupakan salah satu budaya barat yang diadakan setiap tanggal 31 Oktober.

## Direct Marketing

Penulis memiliki tugas untuk melakukan kegiatan *direct marketing* PT Akasa Boga Kreasindo. *Direct marketing* tersebut berupa *direct mail* dan juga pemasaran *online*. PT Akasa Boga Kreasindo menggunakan *direct mail* yaitu, format pemasaran yang dilakukan melalui surat dengan cara mengirimkan penawaran, pemberitahuan dan sebagainya. Sebagai *intern*, penulis disuruh oleh pembimbing untuk membuat membuat *newsletter promotion* yang berisi tentang promosi dari setiap restoran. Selama membuat *newsletter* tersebut penulis dibebaskan untuk menuliskan isi dari *newsletter*, namun harus sesuai dengan tema yang sudah ditentukan. Penulis menggunakan aplikasi “mailchimp” untuk pembuatan *newsletter promotion*. *Newsletter* yang sudah jadi akan dikirimkan langsung oleh penulis ke *email* masing-masing *customer* yang didapatkan dari *data base* perusahaan setiap awal bulan. Berikut merupakan salah satu contoh *newsletter promotion* yang sudah penulis buat mengenai paket promo pernikahan di restoran Mandeh dan juga Royal Eight.

**Gambar 3.3.1.9 Newsletter**

Special This Month! Make Your Dream Wedding Come True! ☆

Inbox

AKASA Akasa Boga Kreasindo 9 Nov to me

**AKASA**  
PT. AKASA BOGA KREASINDO

Mandeh Cita Rasa Padang Asli

A modern choice to enjoy the comfort of typical Minang cuisine from West Sumatra. Combining the delicious Padangnese cuisine, with classic interior design, exquisite Timber, calm music and friendly 5-star standard service. Mandeh provides a large area, which can be used as a venue for corporate meetings and informal events but in a classic and comfortable style. Celebrating birthdays, social gatherings, engagement, and weddings at Mandeh is a new experience of enjoying modern padang cuisine.

Operational hours:  
Weekday: 10.00-22.00  
Weekend: 10.00-22.00

JHL SOLITAIRE

Mengacu pada peraturan pemerintah yang mengatur tentang PEBB, kami menggaransi kapasitas pengantar sebanyak 50%

Intimate Package Promo from Mandeh  
Min 60 pax. Rp 350.000 nett.

Book Now

## Royal Eight Chinese Dining

Royal Eight also provides for a special event especially Sangjit, celebrate the sacred moment of Sangjit with your relatives and soon to be family. Sangjit isn't only uniting the groom and the bride, but also two families. It gathers love and understanding between the families into a knot. Royal Eight concept is classic contemporary with numerous round marble dining table. For Sangjit packages, we provide a hall with dining table and we serve various menu from appetizer to dessert. The capacity adjustable to your needs, our team will be happy to help you. It will be a perfect place to create a memorable Sangjit in Tangerang



Mandeh and Royal Eight Dine-in is available with new normal and safety protocols.

We implement safe distancing between tables, daily cleaning of all areas with disinfectants, personal hand sanitizers for every table, safety masks, and gloves for all our staffs. Your safety and comfort is our priority for your dining experience.



Copyright © 2020 Akasa Boga Kreasindo. All rights reserved.

You received this email because you have subscribed to our website

Our mailing address is:

Akasa Boga Kreasindo  
JHL Solitaire Hotel - Gading Serpong Boulevards,  
Block S - 5 / 5th Floor  
Tangerang Selatan 15810  
Indonesia

Want to change how you receive these emails?  
You can [update your preferences](#) or [unsubscribe from this list](#)

Selain *direct mail*, PT Akasa Boga Kreasindo juga melakukan pemasaran *online* yaitu, pemasaran dengan menggunakan internet. Sebagai *intern*, penulis memiliki tugas untuk membuat konten yang berisi tentang promosi dari setiap restoran. Konten tersebut nantinya akan disebarakan melalui Whatsapp restoran kepada *customer*. Konten yang sudah dibuat akan diperiksa oleh pembimbing magang. Jika konten sudah benar, maka penulis akan mengirimkan konten tersebut kepada staf masing-masing restoran untuk disebarakan ke kontak whatsapp *customer*. Kontak *customer* didapatkan melalui data base yang didapatkan oleh restoran. Berikut adalah contoh pemasaran online melalui whatsapp yang sudah dibuat oleh penulis tentang paket promosi pernikahan dari Royal Eight.

### Gambar 3.3.1.10 Whatsapp Blast

Tgl 23 Oktober 2020

CELEBRATE YOUR SANGJIT DAY WITH ROYAL EIGHT!  
Dear Valued Customers

\*Celebrate your private Sangjit day with Royal Eight\*  
Booking your date Now and get special price!

\*Royal Eight Dine-in is available with new normal and safety protocols.\*  
We implement safe distancing between tables, daily cleaning of all areas with disinfectants, personal hand sanitizers for every table, safety masks, and gloves for all our staffs. Your safety and comfort is our priority for your dining experience.

-----  
RAYAKAN HARI SANGJIT ANDA BERSAMA ROYAL EIGHT  
Pelanggan yang terhormat,

\*Rayakan Hari Sangjit anda secara Private di Royal Eight\*  
Pesan hari anda sekarang dan dapatkan harga spesial!

\*Royal Eight melayani makan ditempat dengan regulasi normal baru dan protokol kesehatan.\*  
Kami menerapkan jarak yang aman antar meja, pembersihan harian di semua area dengan disinfektan, hand sanitizer yang disediakan khusus untuk setiap meja dan masker pengaman serta sarung tangan untuk semua staf kami. Keamanan dan kenyamanan Anda adalah prioritas kami untuk pengalaman bersantap Anda.

Jam Operasional : 11.00 - 15.00 Wib & 18.00 - 22.00 Wib (Senin - Jumat)  
08.00 - 15.00 Wib & 18.00 - 22.00 Wib (Sabtu - Minggu)

Untuk Informasi Selanjutnya Hubungi 021 - 39503033 atau whatsapp +62 812-8007-1353

Royal Eight  
JHL Solitaire Hotel Gading Serpong, 5th Floor



Menurut Kotler & Armstrong (2014, p .429) Pemasaran secara langsung merupakan hubungan secara langsung dan cermat yang ditargetkan kepada konsumen individu untuk mendapatkan tanggapan langsung dari keduanya dan dapat menumbuhkan hubungan baik dengan pelanggan. Berdasarkan pernyataan tersebut, PT Akasa Boga Kreasindo menggunakan *direct marketing* untuk menyampaikan promosi secara langsung kepada *customer*-nya. Hal ini yang menyebabkan *direct marketing* merupakan cara yang efektif untuk menjangkau *customer*. Menurut Jony (2015, p. 18) ada beberapa saluran pemasaran langsung. Beberapa saluran

dapat dipilih salah satu untuk digunakan guna menjangkau calon pelanggan. Beberapa saluran yang dimaksud dalam pemasaran langsung ini berupa, penjualan tatap muka, *direct mail*, *telemarketing*, pemasaran dengan katalog, pemasaran *online*, televisi dan radio, *broadcast media*. Dalam menjalankan kegiatan *direct marketing*, PT Akasa Boga Kreasindo menggunakan *direct mail* yaitu, format pemasaran yang dilakukan melalui surat dengan cara mengirimkan penawaran, pemberitahuan dan sebagainya. Selain *direct mail*, PT Akasa Boga Kreasindo menggunakan pemasaran *online* yaitu pemasaran yang menggunakan koneksi internet untuk menyebarkan promosi yang ada di perusahaan dengan memanfaatkan aplikasi whatsapp.

### ***Sales Promotion***

PT Akasa Boga Kreasindo melakukan kegiatan *sales promotion* pada salah satu restorannya yaitu Mandeh. Penulis diberikan tugas untuk mengadakan *giveaway voucher* sebesar seratus ribu rupiah kepada peserta yang memenangkan *giveaway* tersebut. Penulis ditugaskan mencari media di Instagram untuk bekerjasama dengan Mandeh. Media tersebut haruslah media yang menampilkan konten tentang informasi seputar kuliner. Setelah mencari media mana saja yang cocok, akhirnya penulis mendapatkan dua media untuk diajak bekerjasama yaitu eatintangerang, dan tangselfoodies.

**Gambar 3.3.1. 11 Chat dengan Media**



Penulis meminta bantuan kepada media tersebut untuk mempublikasikan foto *giveaway* Mandeh di Instagram masing-masing media. Penulis juga mengirimkan syarat dan ketentuan yang sudah dibuat untuk dipublikasikan di feed Instagram.

Gambar 3.3.1. 12 Media



Pemberian *voucher* dibuat berbeda dari biasanya, setiap orang diwajibkan untuk menjawab beberapa pertanyaan yang ada di *Feed* Instagram media yang sudah bekerja sama dengan Mandeh, serta *mem-follow* Instagram Mandeh, dan media tersebut. *Giveaway* ini akan diadakan selama lima hari yaitu dari tanggal 20 September – 25 September 2020. Lima pemenang akan dipilih oleh masing-masing media, kemudian nama pemenang tersebut akan dikirimkan kepada penulis untuk diumumkan di Instagram Mandeh.

Gambar 3.3.1.13 Pemenang *Giveaway*

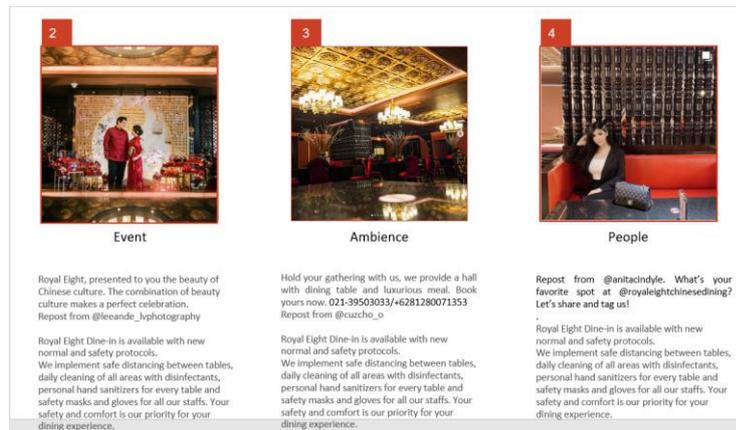


*Feedback* yang didapatkan dari giveaway ini yaitu, *followers* dari Instagram Mandeh mengalami peningkatan sebanyak 56 orang, dari 506 menjadi 562 pengikut. Menurut Yoeti (2013, p. 45) *sales promotion* dapat membawa keuntungan baik bagi produsen maupun bagi konsumen. Bagi konsumen dengan adanya *sales promotion*, konsumen dapat merubah pengeluarannya (kepuasan) menjadi lebih baik. Seperti adanya pemberian dari perusahaan, contohnya Mandeh yang membagikan *voucher* sebesar seratus ribu rupiah. Menurut Kotler dan Amstrong (2017, p. 1155) *Sales Promotion* merupakan berbagai jenis insentif jangka pendek untuk mendorong orang mencoba atau membeli produk dan jasa. *Giveaway voucher* yang diadakan oleh mandeh bertujuan agar pemenang dapat menggunakan *voucher* tersebut untuk mencoba atau membeli makanan yang dijual oleh Mandeh. *Sales Promotion* memiliki beberapa *tools*, diantaranya adalah sampel, kupon, potongan harga, hadiah pemberian, undian, garansi, *point of purchase*, dan promosi silang. Mandeh menggunakan salah satu *tools* tersebut yaitu berupa pemberian kupon (*voucher*).

### ***Social Media***

Penulis bertugas untuk membuat konten *feed* Instagram Royal Eight selama bulan November 2020. Konten tersebut dibagi menjadi tiga bagian yaitu yaitu “*People, Menu, Event*”. *People*, menampilkan foto *customer* yang berada di restoran Royal Eight. *Menu*, menampilkan makanan yang dihidangkan oleh Royal Eight. *Event*, menampilkan foto *customer* yang mengadakan acara di Royal Eight. Penulis juga membuat *caption* untuk setiap masing-masing foto yang akan di *post* di *feed* Instagram Royal Eight. Konten tersebut akan di-*posting* sesuai dengan tanggal yang ditentukan.

### Gambar 3.3.1.14 konten *feed* Instagram Royal Eight



Sebagai *intern*, penulis membagikan *content* yang sudah dibuat melalui posting di *feed* Instagram. Setiap konten yang di-*posting*, menampilkan *caption* yang mengajak *customer* untuk datang, dan mengadakan acara di Royal Eight. Penulis juga menggunakan *hashtag* dengan *keyword* tertentu agar memudahkan pencarian hal-hal yang terkait dengan Royal Eight.

### Gambar 3.3.1.15 *Feed* Instagram Royal Eight





Tidak hanya untuk sekedar menyebarkan foto, media sosial juga dapat digunakan untuk melakukan kegiatan pemasaran, hal ini biasa disebut dengan *social media marketing*. Menurut Gunelius (2011, p. 10) *social media marketing* merupakan suatu bentuk pemasaran langsung dan tidak langsung yang digunakan sebagai pengakuan, daya ingat, membangun kesadaran, dan tindakan untuk bisnis. PT Akasa Boga Kreasindo menggunakan *social media marketing* untuk membangun kesadaran khalayak sekaligus meningkatkan daya ingat khalayak terhadap salah satu *brand*-nya yaitu Royal Eight.

### 3.3.2 Kendala dan Solusi

#### 3.3.2.1 Kendala Proses Kerja Magang

Saat melakukan kerja magang, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh penulis.

- a. Penulis ditugaskan membuat beberapa *press release* untuk dipublikasikan oleh media, namun sayangnya tidak ada media yang mempublikasikan *press release* yang sudah dibuat, karena media yang dicari adalah media yang tidak berbayar.
- b. Saat mengundang *influencer* untuk *me-review* makanan dari restoran mandeh, ada *miscommunication* antara staf mandeh dengan divisi *marketing communication*. Hal ini menyebabkan makanan yang dipilih oleh *influencer* tidak sesuai, sehingga *influencer* tersebut merasa sedikit kecewa atas ketidak konsistennya perjanjian yang sudah dibuat.

#### 3.3.2.2 Solusi

Setelah melakukan evaluasi kendala yang dialami saat magang, berikut merupakan solusi yang diberikan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi.

- a. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan publikasi secara gratis oleh media, seperti meningkatkan hubungan dengan media atau disebut juga sebagai *media relations*. Tim *marketing* dari PT Akasa Boga Kreasindo, seharusnya mengadakan *gathering* atau bisa juga dengan memberikan kupon kepada media agar tercipta *media relation* yang baik. Jika hubungan dengan media terjalin dengan kuat maka media pun akan senang hati untuk membantu perusahaan, seperti mempublikasikan *press release*.
- b. Lebih diperhatikan lagi regulasi yang sudah dibuat terutama pada sistem penyediaan makanan untuk *influencer* agar tidak terjadi *miscomm*. Kesalahan yang terjadi dapat membuat *influencer* merasa dikecewakan dan merasa perusahaan tidak profesional pada

pekerjaan. Selain itu seharusnya staf dari Mandeh, mengganti makanan *influencer* tersebut sesuai dengan yang dipesannya sebagai bukti dari tanggung jawab restoran.