

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kerja magang yang berlangsung di Lippo Mall Kemang , tepatnya di Jalan Pangeran Antasari No. 36, Jakarta Selatan, dengan ditempatkan pada *Operation Departement* di divisi *Tenant relations* sebagai *Tenant Relation Officer*. Pelaksanaan kerja praktik magang berada dibawah langsung bimbingan Ibu Emil Mely Amalia selaku *Supervisor Tenant Relation* dan sekaligus sebagai pembimbing lapangan dalam pelaksanaan kerja magang setiap harinya di Lippo Mall Kemang.

Selain itu, turut bekerja sama dengan divisi lainnya yang juga menjadi bagian dari manajemen mall di Lippo Mall Kemang seperti *Security System & House Keeping* serta bekerja sama dengan departemen lainnya yaitu *Marketing Communication Departement, Purchasing Departement & Finance Departement*. Kemudian selama proses kerja magang berlangsung, diberikan tugas dan tanggung jawab dalam melakukan *monitoring tenant* mengenai kegiatan operasional para *tenant* selama mall dibuka dengan merekam serta menyimpan informasi setiap tenant melalui laporan harian, mingguan, dan bulanan. Lalu menjadi jembatan komunikasi antara manajemen *mall* dan para *tenant* sehingga dapat membantu beberapa divisi maupun jajaran departemen lainnya dalam

bekerja sama, seperti memberikan konten publikasi yang telah diberikan oleh *tenant* kepada *Marketing Communication Departement* agar dapat diunggah di media sosial instagram @lippomallkemang sesuai dengan kriteria atau keinginan para *tenant* serta bertanggung jawab pada hasil publikasi yang dilakukan oleh *Marketing Communication Departement*.

Seluruh pekerjaan dan tanggung jawab yang dilakukan selama kerja praktik magang berhubungan dengan ilmu-ilmu komunikasi khususnya di bidang *Public Relation* yang menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)*, *Presentation*, *Negotiation*, dan *Lobbying* yang semuanya menjadi bagian dari pekerjaan dalam divisi *Tenant Relation*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melaksanakan kerja praktik magang di Lippo Mall Kemang sebagai *Tenant Relation Officer* di divisi *tenant relations* telah melakukan beberapa pekerjaan, antara lain:

Tabel 3.1
Deskripsi Pekerjaan

No.	TEORI	DESKRIPSI PEKERJAAN	SEPTEMBER				OKTOBER				NOVEMBER			
			I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	CRM	Report Data Traffic Pengunjung Mall												
2	CRM	Report Open Closing Tenant												
3	CRM	Report Data QR Code & Nomor Telefon Tenant Untuk Program Chat & Eat												
4	Public Speaking, Lobi & Negosiasi	Mensosialisasikan Mekanisme Program Layanan Pick-up Point Drive Thru												
5	CRM	Rekap Data Scan Barcode Untuk Program Layanan Buku Tamu Tenant												
6	Public Speaking, Lobi & Negosiasi	Melakukan Observasi Kejadian Tenant												
7	CRM	Report Data & Biaya Barang Yang Rusak Tenant												
8	CRM	Report Data Jumlah Karyawan Tenant Saat Pandemi												

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Customer Relationship Management*

Tenant Relations merupakan bagian dari fungsi dari *public relations* yang menjadi jembatan komunikasi antara manajemen *mall* dengan *stakeholders* utamanya, yaitu *tenant* agar dapat menciptakan hubungan kerjasama yang efektif dan harmonis. Menurut Kalakota dan Robinson (2001) terdapat hubungan antara fungsi *Public Relations* dengan *Customer Relationship Management*, yaitu:

1. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berhubungan dengan *customer*.
2. Memberikan *orientasi customer*.
3. Pengukuran didasarkan kepada sudut pandang *customer*.
4. Menangani keluhan *customer*.
5. Memiliki catatan atau informasi mengenai seluruh aspek penjualan.
6. Memberikan informasi mengenai layanan maupun penjualan dari pelanggan.

Customer Relationship Management adalah satu kegiatan yang dikerjakan oleh seorang praktisi *public relations*, “*CRM is a process to compile information that increases understanding of how to manage an organization’s relationship with its customers*” yang artinya CRM merupakan suatu proses untuk mengumpulkan informasi yang meningkatkan pemahaman tentang bagaimana mengelola organisasi dengan *customernya* (Baran dkk, 2016). Kemudian *Customer Relationship Management* digunakan sebagai strategi penjualan, pemasaran, dan layanan terintegrasi yang dapat membantu organisasi atau perusahaan mengelola hubungan pelanggan yang lebih baik dengan cara melacak semua jenis interaksi

pelanggan sehingga setiap organisasi maupun perusahaan memiliki interaksi yang konsisten, dapat diandalkan, dan nyaman dengan pelanggan di setiap pertemuan (Kalakota dan Robinson, 2001)

Menurut Kalakota dan Robinson (2001), tujuan CRM terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Menggunakan hubungan baik dengan pelanggan agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk memberikan keuntungan dan memberikan nilai tambah bagi perusahaan.
2. Informasi yang telah terintegrasi dapat digunakan untuk meningkatkan layanan sehingga mampu memuaskan para pelanggan.
3. Menciptakan adanya proses penjualan yang berulang dengan pelanggan.

Berikut merupakan beberapa aktivitas yang dilakukan oleh *Tenant Relation* selama proses kerja praktik magang berlangsung yang berhubungan dengan *Customer Relation Management*:

1. *Report Data Traffic Pengunjung Mall*

Report Data Traffic pengunjung merupakan salah satu pekerjaan rutin yang dilakukan oleh tenant relations setiap hari, minggu dan bulan karena dalam pekerjaan ini dapat merekam serta menyimpan jumlah pengunjung selama *mall* dibuka untuk publik sehingga para tenant maupun manajemen *mall* dapat

mengetahui jumlah *crowd* di Lippo Mall Kemang terutama di hari-hari besar seperti hari natal, malam tahun baru dan lainnya yang akan membantu para *tenant* dalam menyesuaikan serta mengevaluasi program atau aktivitas yang akan dilakukan oleh *tenant* tersebut guna mendapatkan *impact sales* yang baik. Berikut merupakan langkah-langkah dalam melakukan *report data traffic* pengunjung *mall*:

- a) Melakukan proses *sign in* dengan melengkapi sejumlah data guna menyesuaikan lokasi serta hari dan tanggal yang sesuai dengan kebutuhan informasi perusahaan

Gambar 3.1

Tampilan Pada Proses *Sign In*



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

- b) Ketika telah berhasil melakukan proses *sign in* maka secara otomatis data tersebut akan tampil melalui Microsoft Excel yang dapat di simpan pada komputer perusahaan, lalu data tersebut dapat diberikan kepada *tenant*.

Gambar 3.2

Tabel Data *Traffic* Pengunjung Mall

Period	Lippo Mall Kemang	
	Arrivals	Exits
11/01/2020	13,458	12,573
11/02/2020	10,724	9,847
11/03/2020	11,010	10,093
11/04/2020	11,529	10,424
11/05/2020	11,673	10,692
11/06/2020	13,150	12,116
11/07/2020	16,547	15,202
Summary	88091	80947

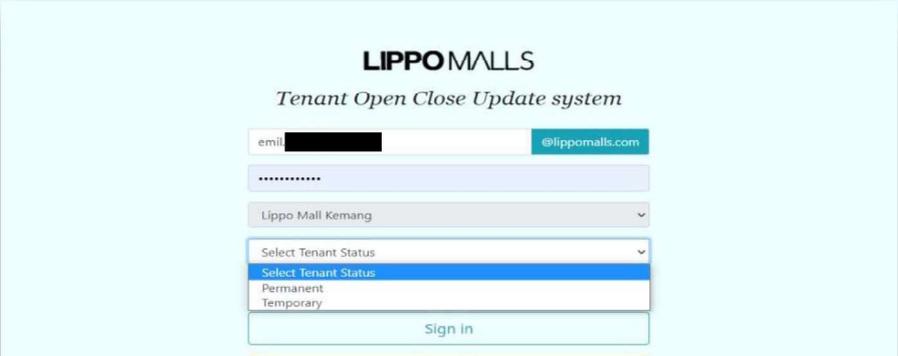
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

2. *Report Data* Buka Tutup *Tenant Mall*

Report Data Buka Tutup *Tenant Mall* merupakan salah satu pekerjaan rutin yang dilakukan oleh *Tenant Relation Officer* setiap hari selama melakukan kerja praktik magang pada divisi *tenant relations*, pekerjaan ini dilakukan agar Lippo Mall Kemang dapat merekam status buka dan tutup para *tenant mall* setiap hari baik *tenant* yang menyewa secara *permanent* maupun *temporary* untuk memudahkan manajemen *mall* mendapatkan informasi mengenai bukti kegiatan operasional para *tenant* sehingga jika salah satu *tenant* melakukan penutupan atau pembukaan toko tidak sesuai dengan waktu yang terdapat di dalam surat perjanjian dengan manajemen *mall*, khususnya dengan *leasing* dan operasional *departement* akan segera diberikan sanksi atau denda yang telah berlaku. Berikut merupakan langkah-langkah dalam melakukan *report data* Buka Tutup *Tenant Mall*:

- a) Melakukan proses *sign in* melalui *email* dan *password* milik Emil Mely Amalia selaku pembimbing lapangan, kemudian memilih status *tenant* (kotak merah, Gambar 3.2) yang menyewa secara *temporary* yaitu *tenant* memiliki masa sewa maksimal 1 tahun sedangkan status *tenant permanent* merupakan *tenant* yang memiliki masa sewa maksimal 3 tahun.

Gambar 3.3
Proses Sign In



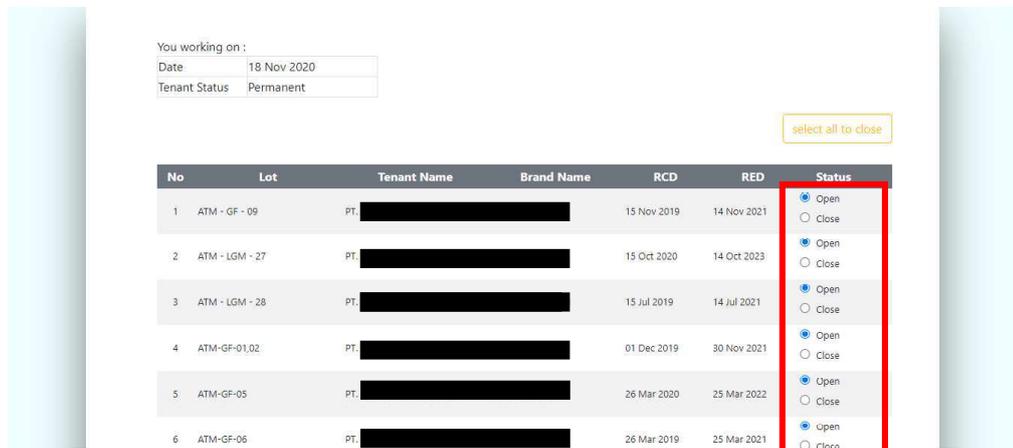
The screenshot shows a web form titled "LIPPO MALLS Tenant Open Close Update system". The form includes an email input field with a placeholder "emil [redacted]@lippomalls.com", a password field with a masked password "*****", a dropdown menu for "Lippo Mall Kemang", and another dropdown menu for "Select Tenant Status". The "Select Tenant Status" dropdown is open, showing two options: "Permanent" and "Temporary". A "Sign in" button is located at the bottom of the form.

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

- b) Terdapat *list* atau daftar para tenant mall baik tenant dengan status masa sewa *temporary* maupun *permanent* yang di sampingnya terdapat pilihan *open* dan *close* (kotak merah, Gambar 3.3) yang dapat langsung dipilih berdasarkan data yang telah dikirimkan oleh *operation departement* melalui divisi *security & parkir*.

Gambar 3.4

Memilih Status Buka Tutup *Tenant*



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

- c) Setelah memilih status *open* dan *close* pada semua *tenant* baik *tenant temporary* maupun *permanent* dapat langsung mengunduh data tersebut dengan klik pilihan *submit* (kotak merah, Gambar 3.4).

Gambar 3.5

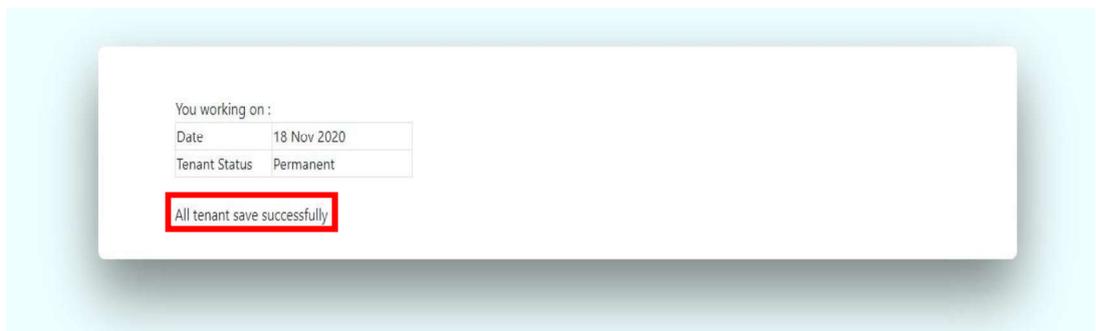
Proses *Submit File Laporan*



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

d) Jika telah klik pilihan *submit* maka selanjutnya akan muncul keterangan bahwa proses *submit file* telah berhasil dan data mengenai status buka dan tutup para tenant *temporary* maupun *permanent* telah tersimpan di sistem (kotak merah, Gambar 3.5).

Gambar 3.6
Keterangan File Telah Tersimpan



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

3. Report Data QR Code & Nomor Telefon Tenant Untuk Program Chat & Eat

Report data QR Code dan nomor telepon para *tenant* dilakukan guna membantu menjalankan program *Chat & Eat* yang diselenggarakan oleh *marketing communication departement* dengan tujuan untuk membantu meningkatkan sales para *tenant* di tengah pandemi covid-19. Program *Chat & Eat* merupakan suatu program layanan *digital* yang dapat digunakan secara *online* oleh para *tenant food & beverages* serta *customer* dengan cara para *tenant food & beverages* memberikan kontak atau nomor telepon toko kepada divisi *tenant relation* untuk diberikan kepada HO (*Head Office*) dari Lippo Malls agar dapat segera didaftarkan ke *website* yang telah dirancang oleh HO sehingga para *customer* dapat melakukan pemesanan *food & beverages* dari rumah melalui

gadget-nya masing-masing dengan melakukan pembayaran secara *online* serta pesanan akan diantarkan ke *pick-up point* atau *delivery order* melalui *go-send* dan *grab-send*. Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam membuat *Report Data QR Code & Nomor Telefon Tenant* Untuk Program *Chat & Eat* :

- a) Mendapatkan instruksi dari Emil Mely Amalia selaku Supervisor *Tenant Relation* untuk menerima dan membuka *link* dari HO Lippo Malls (Gambar 3.6) mengenai sebagian daftar *link QR Code* dan nomor telepon para *tenant* di Lippo Mall Kemang.

Gambar 3.7
Daftar *link QR Code* dan Nomor Telefon



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

- b) Membuat tabel mengenai daftar atau *list tenant food & baverages* yang buka maupun tutup selama masa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di tengah pandemi covid-19 untuk melakukan *Re-check* melalui link yang telah dikirimkan sebelumnya oleh Emil Mely Amalia agar dapat memastikan bahwa *QR Code* dan nomor telepon para *tenant food &*

bverages telah terlampir dan dapat digunakan oleh *customer* yang akan menggunakan program layanan *digital Chat & Eat*. Hasil dari tabel tersebut menjadi *report data QR Code* dan nomor telepon para *tenant* yang akan dikirimkan kepada HO Lippo Malls agar dapat dibantu dalam membuat *link QR Code*-nya.

Gambar 3.8

Tabel Daftar Rekap QR Code Tenant

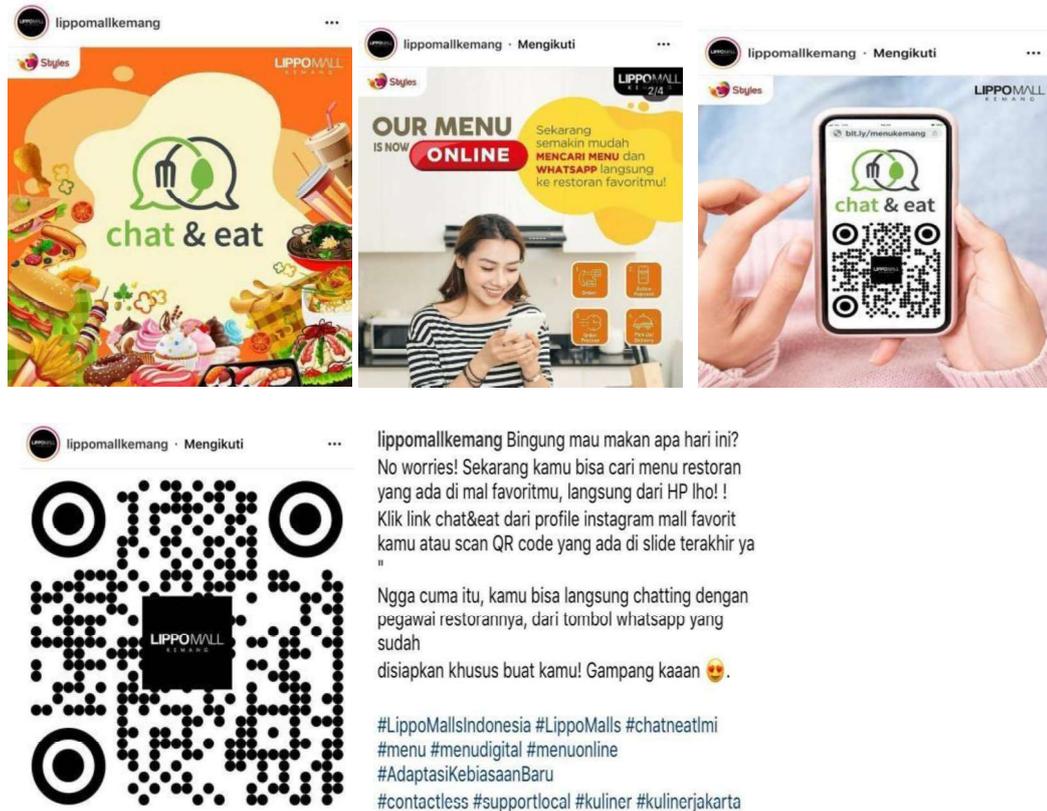
NO	NAMA TENANT	ADA DALAM QR CODE	REMARK	notes
G FLOOR				
1	CP	√	DONE	
2	Ce	√	DONE	
3	EST	√	DONE	
4	Fe		BELUM ADA QR CODE	belum share karena masih ada bugs
5	Go	√	DONE	
6	Ms	√	DONE	
7	Pe		BELUM ADA QR CODE	belum daftar
8	Sa	√	DONE	
9	Vies		BELUM ADA QR CODE	
G FLOOR				
10	Cld	√	DONE	
11	Ktte	√	DONE	
12	Maxe	√	DONE	
13	Pa Rh	√	DONE	
14	Rj	√	DONE	
15	Sy Rs	√	DONE	
16	Ste	√	DONE	
17	Sli		BELUM ADA QR CODE	dalam proses
18	The G	√	DONE	

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

- c) Ketika *data QR Code* dan nomor telepon setiap *tenant* sudah tersimpan dan dapat digunakan maka *Tenant Relations* akan memberikan laporan tersebut kepada *Marketing Communication Departement* agar segera dipublikasikan pada instagram @lippomallkemang sehingga para customer dapat menggunakan program layanan *Chat & Eat*. Berikut merupakan bentuk konten publikasi oleh *Marketing Communication Departement* mengenai mekanisme program layanan *Chat & Eat*:

Gambar 3.9

Konten Publikasi Mekanisme Program Layanan Chat & Eat



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

d) Hasil dari adanya *report data QR Code* dan nomor telfon para *tenant food & beverages* dapat digunakan untuk beberapa program layanan lain yang telah dirancang oleh *Marketing Communication Departement* seperti program *Alfresco Park & Dine* yang merupakan layanan untuk para customer agar dapat menyantap hidangan langsung di dalam mobil tanpa harus datang ke *tenant* untuk melakukan pemesanan dan pembayaran karena dapat melakukan pemesanan serta pembayaran secara *online* atau *digital* melalui program layanan *Chat & Eat*.

Gambar 3.10

Alfresco Park & Dine



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

4. Report Data Scan Barcode Untuk Program Layanan Buku Tamu Tenant

Report data QR Code pada program layanan buku tamu para *tenant* dilakukan ketika Lippo Mall Kemang mendapat perintah atau himbauan dari pemerintah khususnya dinas pariwisata bahwa di tengah pandemi covid-19 setiap *mall* harus menerapkan protokol kesehatan salah satunya dengan perubahan aturan melewati sistem baru berupa layanan buku tamu yang dapat merekam kontak para *customer* atau *mall* sehingga para pengunjung sebelum memasuki area *tenant* harus mengisi buku tamu dengan mencantumkan beberapa data diri melalui *QR Code* yang berada di pintu masuk *tenant* agar dapat membantu pemerintah dan manajemen *mall* dalam menemukan jejak pengunjung *mall* yang memiliki status positif covid-19 dengan cara melakukan *monitoring* dan *controlling* pada hasil *scan barcode* para pengunjung *mall* melalui *link response* yang telah disediakan oleh manajemen *mall*. Berikut merupakan

bentuk atau isi dari *Report Data Scan Barcode* Untuk Program Layanan Buku Tamu *Tenant*:

- a) Membuat tabel mengenai daftar *link QR code* dan *link response* yang akan dikirimkan ke alamat *email manager area* setiap *tenant* di Lippo Mall Kemang. Pada *link QR code* berfungsi untuk merekam serta menyimpan data diri setiap pengunjung yang telah mengisi buku tamu dengan melakukan *scanning barcode* sedangkan *link response* memiliki fungsi agar manajemen *tenant* dapat melihat data diri setiap pengunjung yang datang ke *tenant* tersebut sehingga dapat melakukan proses *monitoring* dan *controlling* secara otomatis.

Gambar 3.11

Tabel Daftar *link QR code* dan *Link Response*

No	Kode Buku Tamu	Link buku tamu	Nama Tenant	Link response / daftar tamu yang isi
1	LMK 0001		GP	
2	LMK 0002		SL	
3	LMK 0003		KL	
4	LMK 0004		NK	
5	LMK 0005		AMC	
6	LMK 0006		S & O	
7	LMK 0007		TPDA	
8	LMK 0008		CHE	
9	LMK 0009		GS SP	
10	LMK 0010		H & W	
11	LMK 0011		GO TI	
12	LMK 0012		POP CP	
13	LMK 0013		CHE	
14	LMK 0014		PGE	
15	LMK 0015		SB TEA	
16	LMK 0016		TYO I SE	
17	LMK 0017		SR DAL	
18	LMK 0018		DA TR	
19	LMK 0019		PXI	
20	LMK 0020		NP	
21	LMK 0021		A WARE	
22	LMK 0022		T KIM	
23	LMK 0023		MMO	
24	LMK 0024		HMART	
25	LMK 0025		GD	
26	LMK 0026		SPA	
27	LMK 0027		DZ	
28	LMK 0028		WARM	
29	LMK 0029		BA	
30	LMK 0030		VB	
31	LMK 0031		BOD	
32	LMK 0032		GULU	
33	LMK 0033		MAZ	
34	LMK 0034		FRIE	
35	LMK 0035		EST	

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

- b) Ketika *manager area tenant* telah mendapatkan daftar *link barcode* maka *tenant* akan memasang *QR code* di depan pintu masuk setiap *tenant*, seperti gambar di bawah ini:

Gambar 3.12

QR Code Tenant



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

- c) Setiap pengunjung yang telah mengisi buku tamu melalui *scanning* pada *QR code* di depan pintu masuk *tenant* maka secara otomatis data diri mereka akan terekam dan tersimpan sehingga dapat dilihat oleh manajemen *tenant* tersebut melalui *link response* yang telah disediakan oleh manajemen mall di Lippo Mall Kemang, berikut merupakan bentuk dari *link response*:

Gambar 3.13

Tampilan Link Response Tenant D

Timestamp	Email Address	Full Name / Nama Lengkap *	Phone Number / Nomor HP *	First 6 Digits ID Number / 6 Digit Pertama Nomor KTP (NIK)	How many people? / Berapa orang? *
10/20/2020 12:19:54			81211112xx	7500xx	2 orang
10/20/2020 13:29:40			81708192xx	3174xx	3 orang
10/20/2020 14:07:42			877850404xx	1171xx	2 orang
10/20/2020 16:43:52			812345xx	1234xx	3 orang
10/20/2020 16:58:19			87839271xx	3374xx	2 orang
10/20/2020 17:34:17			813831517xx	3276xx	2 orang
10/20/2020 17:35:54			82295974xx	1804xx	2 orang

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

5. *Report Data* Biaya Barang Yang Rusak *Tenant MC*

Report data biaya barang yang rusak dilakukan ketika terjadi kerusakan fasilitas seperti kebocoran pada plafon di gudang barang *tenant MC* dan *TG* sehingga menyebabkan barang produksi *tenant* menjadi rusak dan tidak dapat dijual. Dampak dari adanya kejadian tersebut membuat manajemen *mall* harus bertanggungjawab dengan membayar biaya kerugian *tenant* mengenai barangnya yang rusak sehingga *tenant relations* membuat tabel untuk menyusun daftar barang dan harga barang rusak milik *tenant MC* dan *TG* guna diberikan kepada *finance & accounting departement* agar dapat segera melakukan transaksi pembayaran.

a) Berikut merupakan *report data* biaya barang yang rusak *tenant MC*

Gambar 3.14

Data Kode Barang Tenant MC

DEPT 21 BF BOX 1				
STYLE	SKU	QTY	PIECE	Total
VA2xx	4143xx	3	529.000	1.587.000
VA2xx	4143xx	3	529.000	1.587.000
VA27xx	4143xx	3	529.000	1.587.000
VA2xx	4143xx	1	529.000	529.000
VA2xx	4143xx	2	529.000	1.058.000
VA2xx	4143xx	1	529.000	529.000
VA2xx	4136xx	1	349.000	349.000

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

b) Berikut merupakan *report data* biaya barang yang rusak *tenant TG*

Gambar 3.15

Data Kode Barang Tenant TG
DEPT 2 CLTHS

NO.	SKU	DESC	SIZE	COLOR	PRICE	QTY	TOTAL
1	080417011xxx		L	WHITE	Rp 199.000	1	Rp 199.000
2	043018029xxx		M	WHITE	Rp 210.000	1	Rp 210.000
3	121719072xxx		M	WHITE	Rp 250.000	2	Rp 500.000
4	121719072xxx		M	WHITE	Rp 250.000	1	Rp 250.000
GRAND TOTAL							Rp1.159.000

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

6. Report Data Jumlah Karyawan *Tenant* Saat Pandemi

Report data jumlah karyawan *tenant* saat pandemi dilakukan ketika pihak manajemen di Lippo Mall Kemang mendapat himbauan dari APPBI (Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia) sebagai bagian dari pemerintah untuk menyusun tabel mengenai daftar data karyawan para *tenant* sebelum dan saat pandemi covid-19 yang akan dilaporkan kepada APPBI (Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia) melalui email agar dapat membantu pemerintah dalam mengetahui jumlah karyawan yang tidak bekerja akibat pandemi covid-19. Berikut adalah *report* data jumlah karyawan *tenant* saat pandemi covid-19 (Gambar 3.13):

Gambar 3.16

Data Perbandingan Jumlah Karyawan Sebelum & Saat Pandemi

NO	NAMA TENANT	TENANT			KETERANGAN
		JUMLAH TENAGA KERJA SEBELUM PANDEMI	JUMLAH TENAGA KERJA SETELAH PANDEMI	KARYAWAN YANG TIDAK DIPEKERJAKAN	
1	Sms	25	24	1	Cuti melahirkan
2	CRE	9	6	3	3 karyawan di mutasi ke cabang lain
3	L'e	5	4	1	1 Resign
TOTAL					

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

3.3.2 Lobi dan Negosiasi

Lobi dan Negosiasi merupakan salah satu bentuk dari kegiatan komunikasi yang berhubungan dengan profesi *Public Relations* sebagai fasilitator, maupun komunikator untuk mewakili organisasi atau perusahaan. Hal tersebut juga diungkapkan oleh Kasali (1994) dalam Partao (2006) Bahwa “*Public Relations is planned, persuasive communication designed to influence significant public*” dengan kata lain *Public Relations* harus melakukan perencanaan dengan melakukan

bentuk komunikasi persuasif yang didesain untuk mempengaruhi khalayak sasaran. Kemudian menurut Bernays (1952) dalam Soemirat dan Ardianto (2010) mengatakan bahwa *Public Relations* memiliki arti, yaitu sebagai fungsi untuk memberikan cahaya atau terang kepada publik dengan menggunakan komunikasi secara persuasif agar dapat mengubah sikap maupun tingkah laku publik guna menyatukan sikap setiap kelompok dan individu lainnya.

Dapat dilihat bahwa dalam kegiatan lobi dan negosiasi sangat berkaitan dengan peran serta fungsi Public Relations yang di dalamnya tidak lepas dari suatu proses komunikasi. Menurut Partao (2006) komunikasi memiliki tujuan untuk mempengaruhi, menarik perhatian, menarik simpati, menimbulkan simpati, dan menyampaikan informasi.

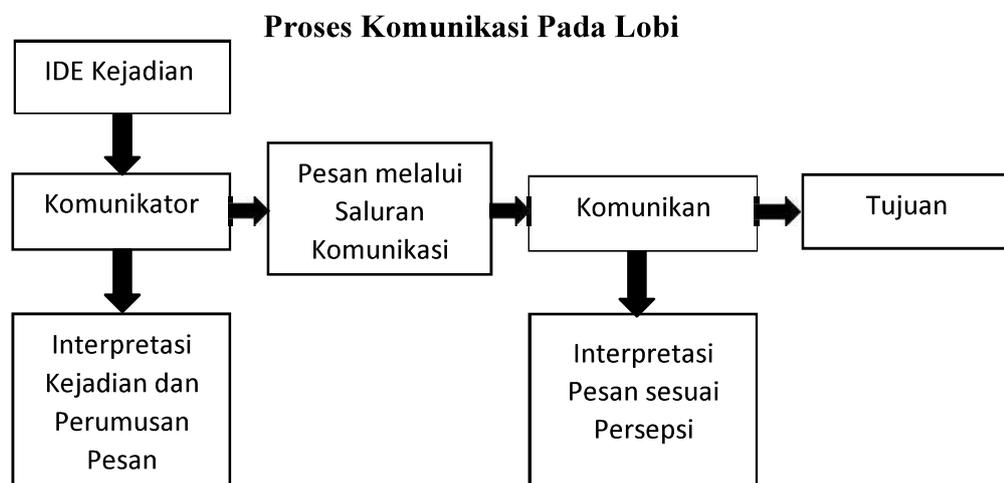
Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan bahwa lobi dan negosiasi memiliki persamaan dengan saling menggunakan komunikasi untuk mencapai tujuannya masing-masing. Dalam kegiatan lobi dilakukan untuk mempengaruhi dan meyakinkan khalayak sasaran mengenai informasi yang disampaikan agar pihak yang dituju percaya dan menjalankan kepentingan pelobi. Sedangkan negosiasi dilakukan untuk menyelesaikan suatu permasalahan dengan cara negosiator melakukan diskusi secara sukarela dengan pihak terkait agar mencapai kesepakatan atau solusi bersama.

3.3.2.1 Lobi

Menurut Partao (2006) Lobi adalah bagian dari serangkaian kegiatan komunikasi informal yang berlangsung pada suatu acara atau tempat dengan dihadiri oleh peserta dalam suasana tidak resmi yang bertujuan untuk mempengaruhi target sasaran yang dapat memenuhi keinginan pihak pelobi.

Menurut Tarmudji (1993) dalam Partao (2006) mengatakan bahwa proses kegiatan lobi dalam komunikasi dimulai dari adanya sebuah ide atau kejadian sehingga komunikator mencoba menginterpretasikan dalam merumuskan pesan yang akan disampaikan kepada komunikan secara langsung maupun menggunakan saluran komunikasi agar komunikan dapat menerima dan menginterpretasikan pesan sesuai persepsinya.

Bagan 3.2



Sumber : Drs. Tarsis Tarmudji (1993)

Kemudian menurut Tarmudji (1993) dalam Partao (2006) dalam kegiatan melobi dapat meliputi berbagai hal, antara lain:

1. Membangun koalisi dengan berbagai organisasi maupun perusahaan lain untuk mempengaruhi pihak lain secara bersama agar dapat mencapai tujuan dan kepentingan perusahaan tersebut.
2. Mengumpulkan dan mempersiapkan segala bentuk informasi yang dapat dijadikan sebagai laporan.
3. Melakukan kontak atau menjalin hubungan dengan pihak-pihak yang memiliki pengaruh besar yang dapat membantu mencapai tujuan perusahaan.
4. Mempersiapkan pembicara atau pihak memiliki ahli dalam melakukan komunikasi publik.
5. Menyiapkan bukti atau fakta penting yang mampu mempertahankan posisi organisasi atau perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai kegiatan lobi dapat dilihat bahwa proses lobi memiliki tujuan untuk mencapai kesepakatan antar pihak yang ditunjukkan dengan adanya keselarasan dan kesepahaman oleh komunikan terhadap pesan yang telah disampaikan oleh komunikator yang dapat mempengaruhi suatu keputusan atau kebijakan pihak lain sehingga baik keputusan atau kebijakan yang diambil akan menguntungkan pelobi, organisasi, ataupun perusahaan pelobi (Partao, 2006).

3.3.2.2 Negosiasi

Negosiasi adalah Pertemuan yang dilakukan oleh dua pihak yang memiliki tujuan untuk mendapatkan kesepakatan bersama. (Scott, 1990) dalam (Partao, 2006). Kemudian menurut Lewicki (2012) pengertian dari negosiasi merupakan prsoses penyelesaian suatu permasalahan atau kepentingan yang bertentangan oleh dua pihak atau lebih. Terdapat beberapa karakteristik umum untuk situasi negosiasi:

1. Adanya dua pihak atau lebih.
2. Munculnya suatu konflik mengenai kebutuhan maupun keinginan antara dua pihak yang bertentangan atau saling tidak sesuai sehingga dibutuhkan adanya proses penyelesaian konflik.
3. Setiap pihak melakukan negosiasi dengan membuat suatu pilihan karena berpikir bahwa akan mendapatkan bentuk kesepakatan yang lebih baik jika membuat pilihan.
4. Negosiasi dalm proses memberi dan menerima.
5. Pihak yang melakukan negosiasi lebih menyukai adanya kesepakatan dibandingkan saling melawan pihak lain.
6. Negosiasi melibatkan faktor kasat mata dan tak kasat mata.

Namun, sebelum melakukan proses negosiasi dengan pihak terkait harus memiliki iklim kerja atau hubungan kerja yang baik agar nantinya proses negosiasi dapat berjalan efektif yang mendukung terciptanya persetujuan atau hasil yang akan diterima oleh antarpihak terkait (Scott, 1990) dalam (Partao, 2006). Menurut Scott (1990) dalam Partao (2006) proses negosiasi terdiri dari 5 tahap, yaitu:

1. Eksplorasi

Pada tahap ini terdapat beberapa kegiatan, diantaranya :

- a) Setiap perusahaan memahami permintaan maupun tuntutan pihak lain.
- b) Antarpihak memiliki rasa mengenai perjanjian seperti apa yang dapat dihasilkan.
- c) Setiap pihak menunjukkan sikap kerasnya atau tidak setuju.
- d) Bentuk persetujuan mulai terlihat dan jelas.
- e) Adanya sikap pengertian atau memahami oleh antarpihak mengenai permasalahan yang terjadi.

2. Penawaran

Dalam tahap penawaran melakukan penawaran dengan memberikan nilai tertinggi agar nantinya penawar dapat menurunkan nilai yang tidak terlalu kecil.

3. Tawar-menawar

Dalam melakukan tawar-menawar perlu memerhatikan berbagai hal, yaitu:

- a) Memiliki gambaran yang cukup lengkap dan jelas mengenai hal yang ditawarkan
- b) Menilai situasi dan bentuk penawaran yang telah ditawarkan.
- c) Setiap jawaban yang diberikan oleh pihak lawan harus dicatat agar mengetahui serta memahami sudut pandangan, prinsip, dan sikap pihak yang lain.

4. Penyelesaian

Pada tahap penyelesaian ditandai bahwa proses negosiasi telah berakhir yang ditutup dengan menunjukkan beberapa tindakan seperti tetap muncul tindakan positif atau hubungan baik dengan pihak lawan.

5. Pengesahan

Pengesahan dapat dilakukan dengan beberapa bentuk surat perjanjian atau kerjasama yang telah ditandatangani atau disetujui oleh setiap pihak yang terlibat.

3.3.3 Public Speaking

Menurut Agha (2020) tujuan dari komunikasi yang paling penting adalah tersampainya sebuah pesan atau informasi kepada pendengar. Dalam hal ini, *public speaking* juga bertugas memberikan informasi kepada khalayak umum dalam lingkup kelompok yang besar. *Public speaking* merupakan keterampilan berbahasa yang memiliki pengaruh besar.

Menurut Agha (2020) karakteristik pada *public speaking* yaitu memiliki sifat formal, terencana, untuk menyampaikan ide atau informasi, memiliki wakil untuk berbicara, serta adanya *audience* atau target sasaran.

Menurut Agha (2020), *public speaking* memiliki komponen-komponen yaitu, sebagai berikut:

1. Stimulus, yaitu suatu rangsangan awal kepada para audiens yang dihadapi pembicara.
2. Pembicara, yaitu orang yang ditunjuk untuk berbicara sebagai wakil dari perusahaan atau organisasi dengan tujuan berbicara di depan publik guna memberikan pesan.
3. Pesan, yaitu bentuk pesan secara verbal maupun non verbal yang disampaikan oleh pembicara

4. *Channel*, yaitu bentuk saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan yang disampaikan oleh pembicara agar dapat diterima oleh publiknya.
5. Audiens, yaitu suatu kelompok untuk mendengarkan pesan yang disampaikan oleh pembicara.
6. Konteks, yaitu situasi yang ada dalam publik.
7. Dampak, yaitu akibat atau efek mengenai kejadian setelah pembicara menyampaikan pesan.
8. *Feedback*, yaitu respon audiens kepada pembicara.
9. Gangguan, yaitu segala sesuatu yang menghambat atau mengganggu proses penyampaian pesan.
10. Komunikasi antaranggota audiens, yaitu komunikasi yang terjadi di dalam kelompok audiens ketika pembicara berbicara.

Selama proses kerja praktik magang berlangsung di Lippo Mall Kemang melakukan beberapa pekerjaan sebagai *tenant relation officer* yang berhubungan dengan presentasi, lobi dan negosiasi sebagai berikut:

1. Mensosialisasikan Mekanisme Program Layanan

Program layanan *pick-up point drive thru* merupakan suatu layanan baru dari lippo mall kemang dengan cara melakukan proses pemesanan melalui scan barcode yang telah tersedia di instagram @lippomallkemang dan pengambilan pesanan dapat diambil melalui *pick-up point drive thru* guna memberikan

kemudahan bagi *customer* agar mengikuti protokol kesehatan covid-19 yang tidak memperbolehkan *customer* makan di tempat selama masa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sehingga diperlukan peran *tenant relations* untuk mengsosialisasikan mekanisme program layanan *pick- up point drive thru* kepada para *tenant* di Lippo Mall Kemang.

a) Berikut merupakan unggahan pada instagram @lippomallkemang yang memberikan informasi mengenai perubahan waktu operasional di Lippo Mall Kemang serta himbauan untuk melarang *customer* makan di tempat selama masa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di DKI Jakarta sehingga para *tenant food & beverages* hanya diperbolehkan melayani customer dengan cara melakukan *delivery order* dan *take away*.

Gambar 3.17

Pengumuman Waktu Operasional Lippo Mall Kemang Saat PSBB di DKI Jakarta



Sumber : Dokumentasi Perusahaan

b) Bentuk upaya Lippo Mall Kemang menanggapi himbauan tersebut dengan merancang program layanan baru yaitu *pick-up point drive thru* sehingga dibutuhkan peran *tenant relations* dalam mengsosialisasikan mekanisme dari program layanan tersebut kepada *tenant food & beverages*. Dalam melakukan sosialisasi kepada para *tenant* di *mall* tidak hanya membahas mengenai mekanisme program layanan tersebut tetapi juga membahas permintaan beberapa *tenant* terhadap keringanan peraturan serta perpanjangan waktu operasional program layanan *pick-up point drive thru*. Berikut merupakan gambar ketika melakukan sosialisasi kepada salah satu *tenant food & beverages* di Lippo Mall Kemang, sebagai berikut:

Gambar 3.18
Saat Menyosialisasikan *Pick-up Point Drive Thru*



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

c) Ketika *tenant relations* telah melakukan sosialisasi program layanan *pick-up point drive thru* secara langsung dengan mengunjungi setiap *tenant food & beverages* di Lippo Mall Kemang maka *tenant relations* segera

menghubungi *tenant* melalui *Email* dan *Whatsapp* untuk mengirimkan review berupa gambar atau traffic sales dari beberapa *tenant* yang telah setuju dan mengikuti program tersebut sehingga tenant lain dapat lebih percaya dan tertarik terhadap program layanan *pick-up point drive thru* yang mampu meningkatkan *sales tenant food & beverages* di tengah pandemi covid-19, khususnya pada masa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar)

d) Berikut merupakan hasil dari sosialisasi yang telah dilakukan oleh *Tenant Relations* dengan adanya beberapa *tenant food & beverages* yang tertarik untuk mengikuti program layanan *pick-up point drive thru* sehingga program tersebut dapat dipublikasikan oleh marketing communicationdepartement di instagram @lippomallkemang agar customer segera mengetahui dan menggunakan program layanan tersebut.

Gambar 3.19

Konten Publikasi *Pick-up Point Drive Thru*



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Gambar 3.20

Lokasi *Pick-up Point Drive Thru*



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

2. Melakukan Observasi Kejadian *Tenant* MC dan TG

Observasi ke tenant MC dilakukan ketika terjadi kerusakan fasilitas seperti kebocoran pada plafon di gudang barang *tenant* yang menyebabkan barang produksi menjadi rusak dan tidak dapat dijual sehingga pihak manajemen mall harus bertanggungjawab atas kejadian tersebut dengan cara menggunakan proses komunikasi persuasif dalam melakukan negosiasi kepada *tenant* MC dan TG, guna menemukan solusi terbaik mengenai waktu proses perbaikan area *tenant* dan jumlah biaya kerugian yang harus dibayar oleh manajemen mall, sebagai berikut:

- a) Berikut merupakan hasil dokumentasi ketika melakukan observasi kejadian di tenant MC oleh *tenant relations* dengan melihat kondisi area *tenant* pasca bencana dengan melakukan proses negosiasi kepada *tenant* MC dan TG mengenai potongan harga biaya kerusakan barang *tenant* yang harus dibayar oleh manajemen *mall*.

Gambar 3.21

Kondisi Tenant MC



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Gambar 3.22

Kondisi Kerusakan Fasilitas Tenant TG



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

- b) Pada saat observasi lakukan pemeriksaan terhadap sejumlah barang yang terlihat rusak akibat kejadian adanya kerusakan fasilitas mall di tenant tersebut sehingga hasil pemeriksaan barang dapat dijadikan sebagai data dan bukti untuk menghindari atau mencegah suatu tindakan yang tidak diinginkan serta dapat merugikan antar pihak yang terlibat.

Gambar 3.23

Data Kerusakan Barang Tenant MC

STYLE	SKU	QTY	Price
VA	413	2	299,000
VA	413	2	299,000
VA	413	2	299,000
VA	413	1	389,000
TA	332	1	459,000
TA	332	1	459,000
VA	413	1	299,000
VA	413	1	299,000
VA	413	2	299,000
TA	332	2	449,000
TA	332	1	449,000
TA	332	3	299,000
TA	332	2	299,000
TA	332	3	299,000
TA	332	1	299,000
TA	332	1	389,000
TA	332	1	399,000
TA	332	1	299,000
TA	332	1	299,000
TA	332	3	299,000
TA	332	2	299,000
TA	332	2	299,000
TA	332	7	329,000
VA	413	5	329,000
VA	413	2	299,000
VA	413	3	299,000
VA	413	3	299,000
VA	413	1	299,000
VA	413	2	299,000
TOTAL		60	9,960,000

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Gambar 3.24

Data Kerusakan Barang Tenant TG

BARANG DEFECT (DAMPAK KEBOCORAN PIPA KEMVILL AKIBAT KOROSI)

NO.	SKU	VENDOR	DESC	QTY	PRICE	DISC	AFTER DISC
1	0521200		GOODS SMILE TEE	1	Rp 219,000	15%	Rp 186,150
2	0521200		FOR GOOD TEE	1	Rp 219,000	15%	Rp 186,151
3	1208150		GOOSENECK TABLET HOLDER	1	Rp 300,000	0%	Rp 300,000
4	1208150		GOOSENECK TABLET HOLDER	1	Rp 300,000	0%	Rp 300,000
5	0303200		LENWA JOURNAL 365 M	1	Rp 95,000	0%	Rp 95,000
6	0912190		SC SKARA SCRAF	1	Rp 195,000	0%	Rp 195,000
7	0620190		NOTE BOOK SIGNATURE INSPIRO	1	Rp 285,000	0%	Rp 285,000
8	0620190		NOTE BOOK SIGNATURE INSPIRO	1	Rp 285,000	0%	Rp 285,000
9	0620190		NOTE BOOK SIGNATURE INSPIRO	1	Rp 285,000	0%	Rp 285,000
10	0620190		NOTE BOOK SIGNATURE DOTTED	1	Rp 260,000	0%	Rp 260,000
11	0620190		NOTE BOOK SIGNATURE DOTTED	1	Rp 260,000	0%	Rp 260,000
12	0620190		NOTE BOOK SIGNATURE DOTTED	1	Rp 260,000	0%	Rp 260,000
13	0303200		LENWA JOURNAL 365 M	1	Rp 95,000	0%	Rp 95,000
14	0114160		SIGNATURE RETRO SKETCH BOOK	1	Rp 210,000	0%	Rp 210,000
15	0114160		WHEN NOTHING GOES RIGHT	1	Rp 185,000	0%	Rp 185,000
16	1207161		NOTE BOOK FLOWER WOW	1	Rp 210,000	0%	Rp 210,000
17	0620190		NOTEBOOK SIGNATURE : PINK A5	1	Rp 210,000	0%	Rp 210,000
TOTAL				17	Rp 3,873,000		Rp 3,807,301

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

c) Kemudian saat melakukan observasi dan negosiasi juga mencatat melalui *contact report* mengenai informasi atau pesan yang telah disampaikan oleh tenant kepada tenant relations agar dapat mudah memahami cara berpikir tenant mengenai kejadian yang terjadi sehingga proses negosiasi juga dapat berjalan dengan baik dan efektif. Berikut merupakan bentuk data daftar barang rusak dari tenant MC & TG:

Gambar 3.25

Data Kerusakan Barang Tenant MC & TG

PT. Multi Nusantara Karya
 Management Office Lippo Mall Kemang
 Kemang Village, Jl. Kemang VI No. 6
 [Mall Lantai 3 atau Dist. Parkir 7 C] Jakarta
 Telp. 021- 290 56783 / 2952 8400
 Fax. 021- 290 56721

LIPPOMALL
 KEMANG

Contact Report

Client : [Redacted] Date : 10 November 2022
 Company : PIC : [Redacted]
 Subject : Claim barang akibat bocor

No.	Job Description	Remark
1.	[Redacted]	[Redacted]
2.	[Redacted]	[Redacted]
3.	[Redacted]	[Redacted]

Lippo Mall Kemang, Client
 [Redacted Signature] [Redacted Signature]
 Name / Signature Name / Signature
 Date : Date : 10/11/22

White : Consulting Management Service Division
 Blue : Client
 Yellow : File
 Scanned with CamScanner

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

d) Setelah melakukan observasi yang melihat secara langsung untuk mendapatkan adanya beberapa data penting yaitu jumlah kerusakan barang tenant sehingga proses negosiasi dilakukan berdasarkan fakta dan data antar pihak yang mendukung terciptanya suatu kesepakatan dengan melakukan persetujuan secara resmi dalam bentuk lembar tanda terima barang dan *invoice* yang telah ditandatangani oleh *tenant relation* serta *tenant*. Berikut merupakan bentuk persetujuan atau tanda terima dengan tenant MC & TG:

Gambar 3.26

Tanda Terima Barang Tenant TG

TANDA TERIMA

Tanggal : 10 November 2020

Kepada : Ibu. Emil (TR Kemvill)

Dari : [Redacted]

SURAT BARANG INVOICE LAIN2

Keterangan : Kaos 5 pcs (putih)

Pengirim : [Redacted]

Penerima : [Signature] 10/11/2020

Dipindai dengan CamScanner

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

3.4 Kendala dan Solusi Kerja Magang

Selama tiga bulan melaksanakan kerja praktik magang pada divisi *tenant relations* di Lippo Mall Kemang mengalami beberapa kesulitan maupun kendala ketika melakukan pekerjaan sebagai *Tenant Relation Officer*, yaitu:

1. Informasi yang diberikan oleh pembimbing lapangan selaku *Supervisor Tenant Relations* di Lippo Mall Kemang tidak lengkap dan konsisten sehingga dapat menghambat pekerjaan yang akan dilakukan oleh *Tenant Relation Officer*.
2. Ketika pembimbing lapangan selaku *Supervisor Tenant Relations* di Lippo Mall Kemang sedang mendapatkan jadwal *Work From Home* (WFH) terkadang memberikan respon yang cukup lambat sehingga *membuat Tenant Relation Officer* mengulang pekerjaan.
3. Adanya jadwal *Work From Home* (WFH) serta kedisiplinan yang kurang bagi beberapa karyawan di manajemen Lippo Mall Kemang membuat pekerjaan divisi *tenant relation* menjadi terhambat.
4. Kesulitan dalam menghubungi beberapa *tenant* di Lippo Mall Kemang ketika divisi *tenant relation* ingin menyampaikan atau membutuhkan informasi yang sangat penting mengenai tenant tersebut.
5. Tidak setiap *tenant* memiliki karyawan yang mampu melakukan koordinasi atau kerjasama yang baik dengan antar karyawan *tenant* atau manajemen *mall* sehingga terkadang informasi yang telah disampaikan oleh *tenant relation* kepada salah satu karyawan *tenant* tidak sampai ke karyawan *tenant* lainnya.

Dalam menghadapi kendala yang ditemukan selama melakukan kerja praktik magang di Lippo Mall Kemang maka dilakukan berbagai hal, sebagai berikut:

1. Ketika mendapat tugas dari pembimbing lapangan yang juga menjadi *Supervisor Tenant Relation* di Lippo Mall Kemang dilakukan pengulangan mengenai tugas yang telah disampaikan agar mencegah terjadinya

kesalahpahaman dalam melakukan pekerjaan. Kemudian memeriksa kembali hasil pekerjaan yang telah dilakukan dengan menyesuaikan hasil pekerjaan tersebut dengan perintah dari pembimbing lapangan

2. Ketika baru mendapat tugas dari pembimbing lapangan segera menanyakan format data yang sebelumnya sudah disusun olehnya agar dapat dijadikan sebagai contoh atau panduan dalam melakukan pekerjaan tersebut sehingga tidak terlalu menunggu lama guna menanyakan kebenaran mengenai hasil tugas yang telah dikerjakan kepada pembimbing lapangan.
3. Mempersiapkan dan menanyakan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh divisi tenant relation dalam melakukan pekerjaan kepada divisi terkait ketika masih mendapatkan jadwal *Work From Office* (WFO).
4. Mengunjungi *tenant* tersebut secara langsung ke tokonya guna mendapatkan informasi dengan cepat.
5. Mengunjungi *tenant* tersebut secara langsung serta melakukan konfirmasi kembali kepada karyawan *tenant* yang sebelumnya menjadi pihak yang dihubungi oleh *tenant relation* guna menyampaikan informasi tersebut kepada karyawan *tenant* lainnya.