



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

Pelaksanaan magang di PT Sagara Asia Teknologi berlangsung selama 3 bulan. Dalam melaksanakan praktik kerja magang di PT Sagara Asia Teknologi penulis bertanggungjawab sebagai *Marketing Strategy Intern* di Sagara Technology. Penulis dapat mengimplementasikan pengetahuan yang telah didapatkan dari mata kuliah *Special Event* dan *Direct Marketing*. Penulis memiliki tugas untuk melakukan berbagai strategi *marketing* demi kelancaran *event* perusahaan.

Divisi *marketing strategy intern* berada di bawah divisi *marketing*. Divisi ini bekerja sama dengan divisi lainnya untuk hasil kerja yang lebih efisien. Dalam praktik kerja magang ini penulis bertanggung jawab kepada Mutiara Aulia selaku *Head of Marketing*. Selama menjadi bagian dari tim, penulis mendapat banyak bimbingan seperti masukan dan pengetahuan baru mengenai perusahaan. Terdapat pula anggota lain dalam tim *marketing strategy* sehingga dibutuhkan kemampuan kerja sama yang baik agar tidak terjadi miskomunikasi. Penulis juga berkoordinasi dengan tim *design* untuk mendapatkan desain poster Roadshow HR Tech Conference agar dapat melakukan *schedule event* di Goers.

Kegiatan praktik kerja magang semenjak pandemi dilakukan secara *work from home* (WFH) agar lebih aman. Kegiatan magang dimulai dengan arahan dari pembimbing magang dan diakhiri dengan pembahasan mengenai *update* pekerjaan yang telah dilakukan. Dilakukan juga dengan *zoom meeting* untuk membahas *job desc* lebih lanjut. Seluruh tugas dan kegiatan yang dilakukan wajib disetujui oleh Mutiara Aulia selaku pembimbing lapangan.

3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Dalam melaksanakan kegiatan praktik magang sebagai *marketing strategy*, penulis memiliki tanggung jawab untuk melakukan kegiatan *marketing* dengan baik demi kelancaran perusahaan. Dalam prosesnya, penulis melakukan *approach* langsung kepada pembicara *C-level* untuk menjadi *speaker* dalam *event* Sagara Technology.

Pada minggu pertama kegiatan praktik magang, penulis diberikan pengenalan dan *insight* mengenai perusahaan, *event* dan kegiatan *marketing* yang akan dilakukan oleh Sagara

Technology. Penulis juga diberi gambaran mengenai aplikasi- aplikasi yang akan digunakan dalam proses tersebut.

Tugas yang dilakukan oleh penulis dalam kegiatan praktik magang adalah *approach* pembicara *C-level* untuk *event*, membuat proposal *media partner*, melakukan *schedule event* pada Goers, membuat *caption* untuk *event*, menjadi *co- host* dan *panelist* untuk *event*, membuat *email marketing* dan menghubungi peserta *event*. Berikut adalah *job desc* yang dilakukan oleh penulis setiap minggu:

Tabel 3.1 Timeline Tugas *Marketing Strategy*

<i>Jobdesc</i>	Agustus			September				Oktober				November		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Melakukan <i>approach speaker</i> untuk kebutuhan <i>event management</i>														
<i>Schedule event</i> di Goers														
Caption untuk <i>event</i>														
Proposal <i>media partner</i>														
<i>Email marketing</i>														
<i>Panelist HR Tech Summit</i> Indonesia 2021														

(Sumber: Olahan Peneliti, 2021)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis dapat mengelompokkan jenis pekerjaan yang dilakukan sebagai berikut:

Event Management

Event merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan. Sebuah perusahaan perlu melakukan riset demi kelancaran sebuah *event*. Riset tersebut termasuk hal apa saja yang ingin dituju dan cara yang ditempuh untuk mencapainya. Goldblatt (2014: 45) mengatakan terdapat lima tahap yang harus dilaksanakan untuk *special event* yang berhasil, yaitu riset, desain, perencanaan, koordinasi dan evaluasi.

(1) Riset

Riset yang dilakukan dengan baik akan meningkatkan tingkat keberhasilan *special event*. Resiko kegagalan akan berkurang pula. Riset dilakukan untuk mengetahui apa yang diinginkan pasar, hingga mendapatkan data mengenai target sasaran agar kedepannya dapat menjadi *client* perusahaan (Goldblatt, 2015, p. 39).

Michelle	INDODAX	William Sutanto - Co Founder &	https://www.linkedin.com/in/w	Nunggu dibales dan dikabarin di LinkedIn	09/06
Michelle	Xendit	Anzilah Wada - HR Coordinator	https://www.linkedin.com/in/a	Nunggu dibales dan dikabarin di LinkedIn	09/06
Michelle	Zalora	Suci Laksita Putri - Human Resource Senior Executive	https://www.linkedin.com/in/s	Nunggu dibales dan dikabarin di LinkedIn	09/06
Michelle	Deloitte	Novi Tripurawiguna - HR Director	https://www.linkedin.com/in/n	Nunggu dibales dan dikabarin di LinkedIn	09/06
Michelle	Happy Fresh	Fajar A. Budiprasetyo - Co-Founder & CTO	https://www.linkedin.com/in/f	Nunggu dibales dan dikabarin di LinkedIn	09/06
Michelle	Ruangguru	Amanda Deby Karunia Saputri	https://www.linkedin.com/in/a	Nunggu dibales dan dikabarin di LinkedIn	09/06
Michelle	Ralali	Lintang Abinaya - Human Capital	https://www.linkedin.com/in/l	Nunggu dibales dan dikabarin di LinkedIn	09/06
Michelle	Manulife	Rudy Aditya - Senior HR Partner	https://www.linkedin.com/in/	katanya topik ga sesuai dengan bidang	09/06

(Sumber: Data Penulis, 2021)

Gambar 3.1 Approach C-level speaker untuk HR Tech Summit

Pada tahap riset, penulis ikut memberi masukan dan ide mengenai pembicara yang akan menjadi *speaker* pada *special event*, seperti pembicara yang cocok dengan topik yang akan dibawakan oleh perusahaan. Pembicara yang ditetapkan adalah yang memiliki jabatan *C-level* dan dari perusahaan *startup financial technology*. Sagara technology ingin menjangkau target pasar yaitu CEO dan HRD perusahaan yang ingin memakai produk atau jasa dari Sagara Technology. Penulis juga ikut sortir data target sasaran *event* ini.

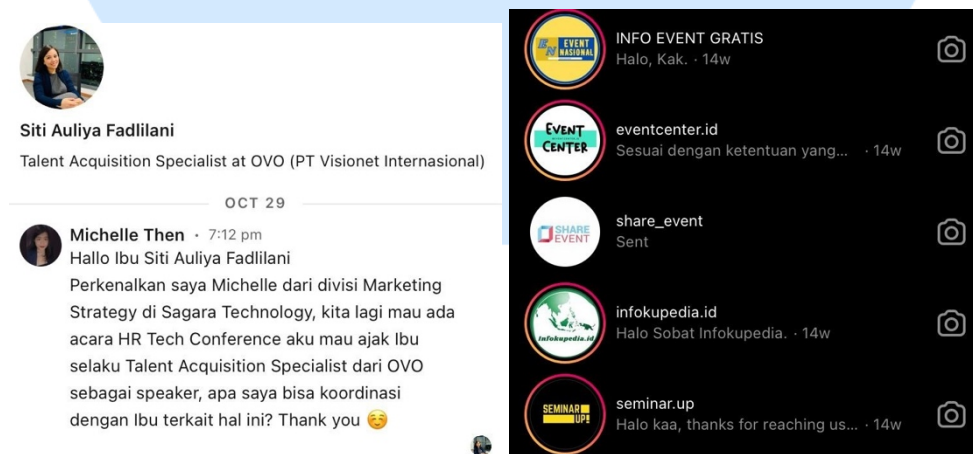
(2) Desain

Tahap desain ini perlu dilakukan yaitu untuk mendapatkan *event* yang memukau. Tidak hanya perlu *event* yang baik dalam hal konsep, namun juga visual (Goldblatt, 2015, p. 47).

Penulis tidak turut berkontribusi dalam tahap ini dikarenakan telah dilaksanakan oleh tim lain, yaitu divisi *design*.

(3) Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan tahap yang membutuhkan waktu lama. Banyak hal yang perlu dipertimbangkan untuk menghasilkan *event* yang berhasil, Oleh karena itu, terjadi banyak perubahan maupun penambahan sesuai dengan kondisi yang ada. Peraturan pemerintah, kondisi politik hingga cuaca dapat mengubah proses perencanaan sebuah *event* (Goldblatt, 2015, p. 54).



(Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021)

Gambar 3.2 *Approach C-level speaker dan media partner untuk Roadshow HR Tech Conference*

Pada tahap perencanaan, penulis turut berkontribusi dalam memilih pembicara dan *media partner* yang cocok untuk *event*. Penulis melakukan *approach* pembicara dengan kriteria jabatan *C-level* dari perusahaan *startup financial technology*. *Approach* dilakukan melalui linkedin, jika pembicara membalas akan diarahkan melalui Whatsapp.

Dalam mencari *media partner*, penulis mencari media yang cocok untuk meliput *HR Tech Summit Indonesia 2021*. Pencarian *media partner* dilakukan melalui *direct message* Instagram.

(4) Koordinasi

Perusahaan wajib memanfaatkan sumber daya dengan baik dan efisien. Sumber daya tersebut terdiri dari kemampuan *marketing*, koordinasi, administrasi dan *risk management*. Empat hal ini menjadi hal yang penting dan perlu diperhatikan selama proses *event* untuk mengoptimalkan keberhasilan *event* (Goldblatt, 2015, p. 60).



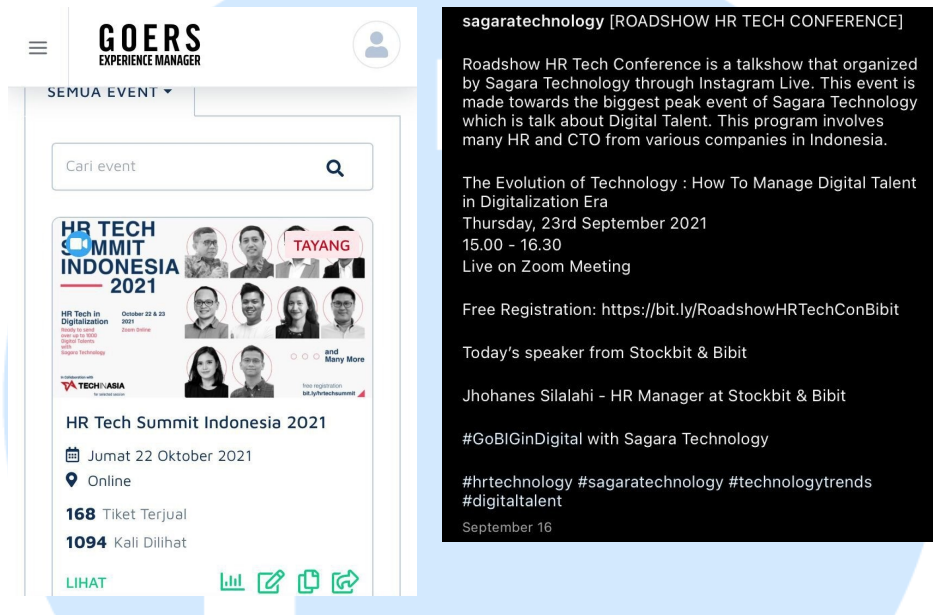
(Sumber: Data Penulis, 2021)

Gambar 3.3 Poster *Event*

Pada tahap koordinasi, penulis berkoordinasi dengan tim *design* untuk meminta poster mengenai *event*. Poster tersebut kemudian akan digunakan untuk keperluan Goers. Goers merupakan sebuah *website* yang berisi kumpulan *event*. Perusahaan dapat mempromosikan *event* dan menjual tiket.

(5) Evaluasi

Tahap pertama akan terhubung dengan tahap terakhir. Perusahaan harus menilai kembali apakah rencana tersebut akan berjalan dengan baik dan lancar, apa saja yang perlu diubah. Perusahaan perlu mengevaluasi tiap tahap dengan komprehensif (Goldblatt, 2015, p. 60)



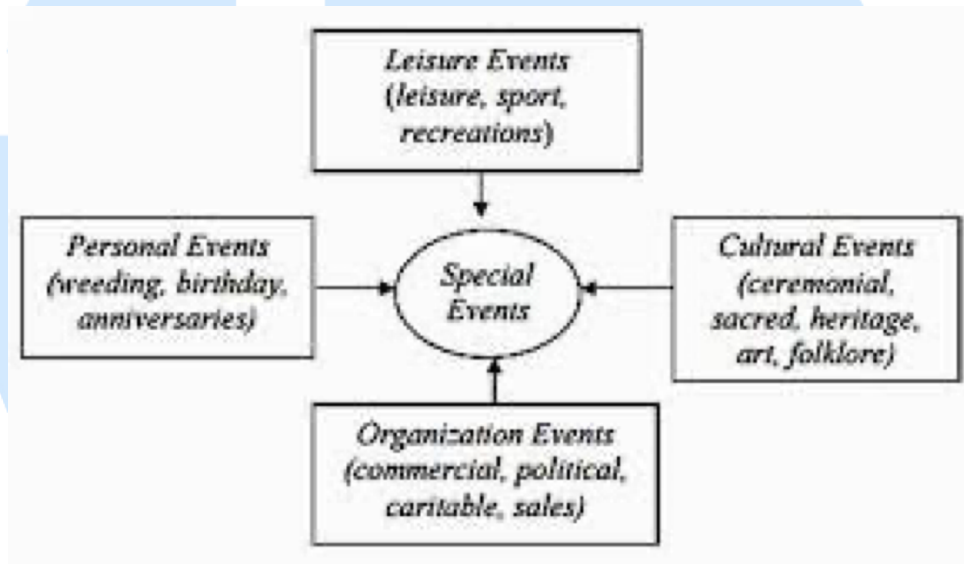
(Sumber: Data Penulis, 2021)

Gambar. 3.4 *Schedule event* di Goers dan *caption* untuk poster Instagram

Pada tahap evaluasi, penulis bersama dengan tim *marketing* lainnya melakukan evaluasi terhadap poin yang akan menghambat kelancaran *event*. Hal ini dilakukan dengan melakukan *schedule event* di Goers dan perusahaan dapat menjual tiket. Setelah itu, tim penulis akan menulis *caption* yang terdiri dari informasi mengenai event yang akan dilakukan di Instagram.

UWMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Dalam buku yang berjudul *Manajemen Event, special event* terbagi dalam 4 kategori (Noor, 2013, p. 9-11). 4 kategori tersebut adalah:



(Sumber: Shone and Parry, 2002)

Gambar 3.5 Empat Kategori *Special Events*

1. *Leisure Event*

Kegiatan ini terdiri dari unsur olahraga, dimana memiliki unsur pertandingan dan mendatangkan banyak penonton. Kegiatan ini semakin berkembang dikarenakan perkembangan teknologi. Jenis *leisure event* yaitu olimpiade, *world cup*, *formula one* dan *tour de France*.

2. *Personal Event*

Personal event merupakan kegiatan yang melibatkan keluarga atau teman. Perayaan-perayaan pribadi seperti acara ulang tahun, pernikahan dan sebagainya.

3. *Cultural Event*

Kegiatan ini merupakan acara yang diselenggarakan oleh sebuah pihak untuk merayakan sebuah budaya. Budaya seringkali identik dengan upacara adat dan tradisi yang memiliki nilai sosial tinggi dalam tatanan masyarakat sehingga menjadi aspek penting. Acara ini dapat dilaksanakan sebagai bentuk rasa syukur atau untuk memperkenalkan kebudayaan sebuah suku ke khalayak lain untuk menarik perhatian pengunjung.

4. *Organizational Event*

Kategori ini terdiri dari kegiatan besar dari setiap perusahaan atau organisasi. Pada kategori ini, event yang dilaksanakan akan sesuai dengan tujuan dari sebuah organisasi. Kegiatan ini memberikan banyak inspirasi bagi banyak segmen perusahaan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

Dalam Sagara Technology, perusahaan melaksanakan *organizational event* seperti HR Tech Conference, HR Tech Summit Indonesia 2021, dan masih banyak lagi. *Event* yang dilaksanakan oleh Sagara ini merupakan jenis konferensi, yaitu dengan mempertemukan orang banyak untuk berdiskusi mengenai suatu permasalahan, kasus hingga membangun hubungan bisnis. Sagara melaksanakan *event* ini guna untuk mendapatkan client dan membangun hubungan dengan perusahaan lain.

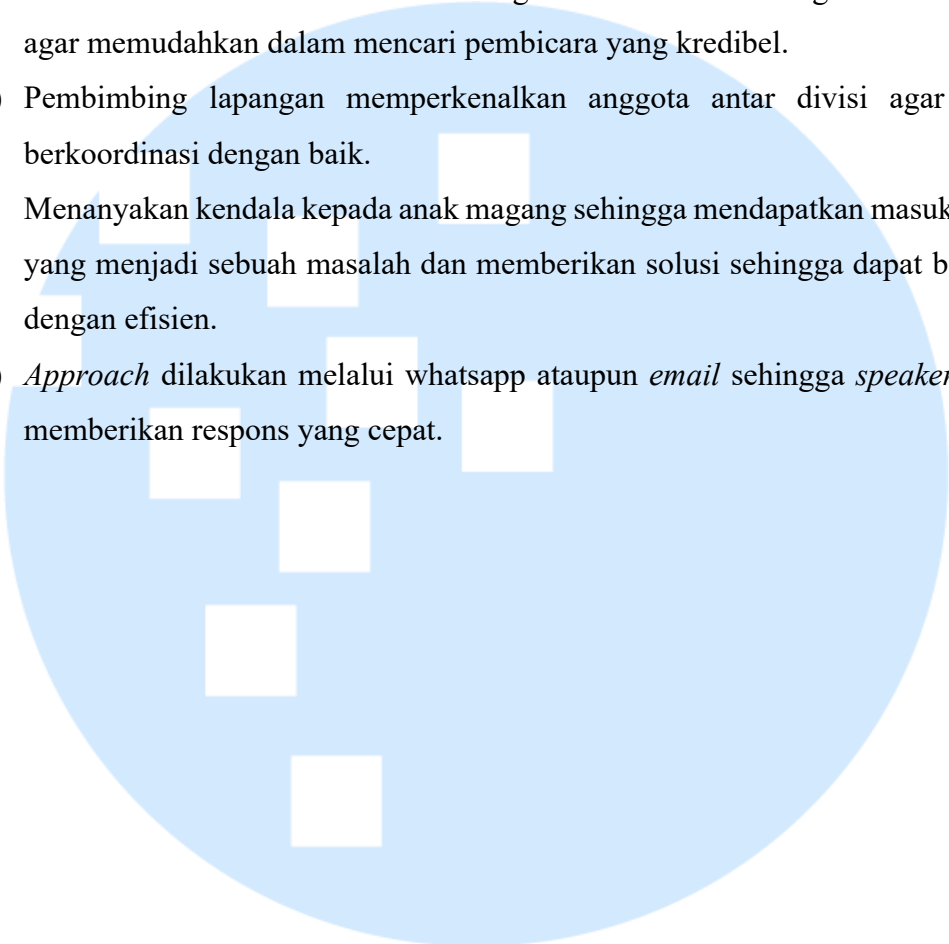
3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan praktik kerja magang, penulis mengalami beberapa kendala yaitu:

- a) Riset yang dilaksanakan perusahaan tidak cukup detail dimana perusahaan meminta anak magang untuk melakukan riset sendiri. Seperti mana pembicara dari perusahaan yang tepat.
- b) Tahap koordinasi dilakukan hanya pada anggota tertentu yang telah ditetapkan oleh pembimbing lapangan sehingga penulis hanya berkoordinasi dengan lingkup yang terbatas.
- c) Terjadi miskomunikasi dikarenakan praktik magang dilakukan secara *work from home* (WFH) sehingga seluruh komunikasi dilakukan secara *online*. Hal ini menjadi tantangan untuk penulis dan juga tim lainnya. Masalah koneksi jaringan internet juga menjadi kendala dalam menjalani praktik magang ini.
- d) *Approach speaker* dilakukan melalui LinkedIn, yang menurut penulis bukan media yang efisien. Banyak *speaker* yang berujung tidak merespons. Menjadi tantangan juga untuk penulis untuk *approach* banyak *speaker*. Setelah mendapatkan *speaker* juga tetap wajib disetujui oleh pembimbing magang.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dengan adanya kendala yang terjadi di atas, penulis berusaha mencari solusi untuk meminimalisir kendala sehingga kegiatan praktik kerja magang dalam berjalan lebih efisien, berikut solusi yang dapat penulis berikan:

- 
- a) Perusahaan membuat sesi diskusi mengenai riset bersama dengan anak magang agar memudahkan dalam mencari pembicara yang kredibel.
 - b) Pembimbing lapangan memperkenalkan anggota antar divisi agar dapat berkoordinasi dengan baik.
 - c) Menanyakan kendala kepada anak magang sehingga mendapatkan masukan apa yang menjadi sebuah masalah dan memberikan solusi sehingga dapat berjalan dengan efisien.
 - d) *Approach* dilakukan melalui whatsapp ataupun *email* sehingga *speaker* dapat memberikan respons yang cepat.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA