

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama pelaksanaan kerja praktek magang, *intern* menjalankan tugas dan tanggung jawabnya di Hakuhodo Lotus sebagai *Account Executive Intern*. Tugas utama yang dilakukan oleh *account executive* adalah menjadi perantara dalam menyampaikan informasi kepada agensi tentang keadaan klien, melakukan analisa pasar dan pengetahuan dari merek klien, dan membangun serta menjaga hubungan yang baik antara klien dengan agensi (Dwisari, 2020)

Dalam pelaksanaannya, koordinasi dilakukan langsung kepada pembimbing yang sedang memberikan tugas yaitu Alenda, Avita, dan Alm. Ilham sebagai *senior account executive* pada divisi *account executive*, dengan Alenda sebagai pembimbing utama pada pelaksanaan praktek kerja magang yang dijalani. Namun, setiap pembimbing seringkali memiliki perbedaan ciri khas tugas yang harus dikerjakan. Perihal tugas untuk melakukan pengecekan ulang terkait brosur, *flyer*, dan katalog, membuat rekapan seluruh pengumpulan peserta kompetisi, dan menghubungi pemenang hingga memastikan hadiah yang didapatnya; biasanya *intern* melakukan koordinasi kepada Alenda. Perihal tugas untuk membuat *competitor review*, *deck*, *strategy planning*, dan hal lainnya yang dibutuhkan untuk pengajuan kepada klien; biasanya *intern* melakukan koordinasi kepada Avita. Perihal tugas untuk membuat *contact review* setiap berlangsungnya *meeting*, membuat seluruh pertanggung jawaban data dan menghubungi seluruh pemenang kompetisi, hingga menghubungi pihak-pihak tertentu terkait strategi pemasaran yang akan dilakukan; biasanya *intern* melakukan koordinasi kepada Alm. Ilham.

Koordinasi yang dilakukan tidak hanya dilakukan kepada tiga pembimbing. *Intern* juga seringkali harus melaporkan semua pekerjaan yang sudah dan sedang dilakukan, keluhan, saran, dan berdiskusi terkait strategi pemasaran dengan Ivan Chrisyanto Julius selaku *Head of Account Management* dalam *Work In Progress Meeting*.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama pelaksanaan praktek kerja magang terdapat beberapa tanggung jawab pekerjaan yang harus diselesaikan. Berikut uraian pekerjaan yang diselesaikan selama pelaksanaan praktek kerja magang sebagai *account executive* di Hakuhodo Lotus:

3.2.1 Tugas yang dilakukan

Dalam pelaksanaan praktek kerja magang, *intern* menjalankan semua tugas yang diberikan oleh para pembimbing magang. Tugas yang diberikan biasanya bertujuan untuk mendukung proyek strategi pemasaran yang sedang dijalankan (Honda) atau akan diajukan kepada klien (Oriflame, Mandiri, BCA, dan Roma), dan segala pertanggung jawaban kepada klien jika strategi yang dijalankan telah selesai (Honda).

Pekerjaan yang pernah dikerjakan oleh *intern* antara lain adalah membuat *contact report*, *competitor review*, melakukan proses *monitoring and controlling*, dan menghubungi pihak lain.

1. *Contact Report*: Bertanggung jawab menjadi seorang notulen yang mencatat segala kesepakatan dan tindakan selanjutnya yang harus dilakukan oleh agensi maupun pihak terkait dalam sebuah *meeting*.

2. *Competitor Review*: Bertanggung jawab untuk melakukan riset awal tentang apapun terlebih konsep kreatif yang pernah digunakan oleh kompetitor dari *brand* klien.
3. *Monitoring and Controlling*: Bertanggung jawab untuk memastikan, mengatur, memperbaiki, dan membuat pertanggung jawaban sebuah proyek dari awal hingga proyek itu berakhir.
4. Menghubungi pihak lain: Menjadi pihak ketiga dari agensi yang bertanggung jawab untuk menghubungi pihak-pihak tertentu dengan tujuan meminta data, melakukan konfirmasi, memberikan undangan, atau hanya sekedar bertanya dan melakukan negosiasi.

3.2.2 Uraian Kerja Magang

1. Contact Report

Selama pelaksanaan praktek kerja magang, tugas pertama yang harus dilakukan adalah membuat *contact report* selama proses *meeting* dengan klien ataupun *team* Hakuodo Lotus yang lain dengan tujuan menjadi catatan yang berisikan ringkasan singkat dari keseluruhan pembahasan, saran, dan aktivitas selama proses rapat berlangsung dengan tujuan untuk menjadi pengingat pada langkah selanjutnya yang akan dilakukan setelah rapat.

Dalam pembuatan *contact report*, *intern* diajarkan untuk menulis menggunakan Bahasa Inggris dan menempatkannya di format yang sudah ditentukan tentang apa saja yang dibicarakan, disetujui, dan langkah selanjutnya

yang harus dilakukan oleh agensi maupun pihak lain yang bersangkutan selama proses *meeting*.

Tanggung jawab ini diberikan sebagai tugas pertama karena dalam tugas utama *account executive*, membuat *contact report* merupakan salah satu tugas yang sangat penting dan harus dilakukan oleh *account executive* dengan tujuan mengingat seluruh keputusan yang diambil secara rinci dan lengkap. Dalam pembuatannya, *contact report* harus berisikan waktu dan tempat pelaksanaan *meeting*, nama semua pihak yang hadir, dan beberapa kalimat singkat yang menjelaskan tentang keputusan yang telah disepakati dan tindakan selanjutnya yang dilakukan.

Pada sebuah agensi, *contact report* merupakan hal yang sangat penting. Dengan membuat *contact report*, agensi dapat mengingat apa saja keputusan yang diinginkan oleh klien dan pihak-pihak lain yang bersangkutan agar tidak salah bertindak dalam melakukan langkah selanjutnya. Tidak hanya itu, *contact report* juga menjadi salah satu bentuk fisik yang dapat dipertanggungjawabkan dan diberikan kepada klien jika ada hal penting yang harus diketahui dan harus diberikan kepada pihak lain yang bersangkutan.

Dalam pemahamannya, tidak ada perbedaan konsep *contact report* dengan pekerjaan yang dilakukan oleh *Intern*. Semua hal yang bersangkutan dengan penulisan yang rinci dengan berisikan waktu dan tempat pelaksanaan *meeting*, nama semua pihak yang hadir, dan beberapa kalimat singkat yang menjelaskan tentang keputusan yang telah disepakati dan tindakan selanjutnya yang dilakukan, selaras dengan

pekerjaan atau penulisan *contact report* yang dilakukan oleh *intern*.

Gambar 3. 1 Contoh *Contact Report Honda Meeting*

CONTACT REPORT	
Private & Confidential	
CLIENT : PT. HONDA PROSPECT MOTOR	
CLIENT REPRESENTATIVES :	
Mr Yosua	
AGENCY REPRESENTATIVES :	
Mr Ilham, Mrs. Avita, Mr. Dennen	CC :
	Mr. Mahendra Suyono, Mrs. Indri Wulan
VENUE :	
Skype Meeting	
DATE : 5 August 2021	TIME : 15.30 - 17.00
WIP City Hatch Culture Campaign	

(Sumber: Dokumen pribadi)

2. Competitor Review

Selama pelaksanaan praktek kerja magang, salah satu tugas yang harus dilakukan adalah membuat *competitor review*. Beberapa merek yang diberikan tanggung jawab kepada *intern* untuk dibuat *competitor reviewnya* antara lain; Mandiri, Oriflame, BCA, dan Roma. Dari keempat merek tersebut, *intern* diberikan *brief* yang berbeda-beda, sesuai dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan untuk membuat strategi pemasarannya.

Mandiri dengan produk barunya, Mandiri Livin's *mobile banking*. *Intern* diberikan tugas untuk menganalisis seluruh fitur yang ada dan fitur apa yang diutamakan pada aplikasi *mobile banking*, *tagline*, beberapa promosi kreatif di media sosial dan TVC, dan pendapat masyarakat terhadap beberapa merek kompetitor yang memiliki produk sejenis

yaitu *BCA mobile*, *BNI mobile banking*, *BRI Brimo*, *TMRW* by UOB, *Bank Jago*, dan *Digibank*.

Gambar 3. 2 Slide *Competitor Review* Mandiri bagian BNI

BNI Mobile features:

- **Rekeningku**: Tabungan dan giro, Deposito dan tabungan, pinjaman, DPL K, investasi, pembiayaan rekening
- **Transfer**: rekening sendiri, BNI, Antar bank kirling, Dana pensiun/BNI Simponi, Rekening sendiri, virtual account billing, international remittance
- **Pembayaran**: kartu kredit BNI, kartu kredit bank lain, pasca bayar tetap, Listrik, MPN G2, Multifinance, TV Berlangganan, pembayaran PDAM, Asuransi, tiket kereta api, tiket pertunjukan, internet, pinjaman personal, pengadaan, biaya pendidikan, pajak, PGN, TKI, Samsat, BPJS
- **Pembelian**: Top up LinkAja, voucher prabayar telepon, token listrik, top up mesin pemertanggung, Top up Go-sury, paket data, Top up Tawosan, Voucher TV Berlangganan
- **Administrasi**: ubah MPIN, Ubah password, hapus daftar favorit, blokir kartu debit
- **Login Biometric, DiKado, Mycredit card, Digital Loan**
- **Mobile Tunai**: Fitur Tarik Tunai Tanpa Kartu di ATM

BNI Mobile Banking Creative Material

Tagline: #GakPakeNanti

Fitur yang di highlight:

- **E-Wallet**: Fitur yang memudahkan transaksi harian dengan berbagai pilihan top up e-Wallet (LineAja, GoPay, OVO, ShopeePay, DANA)
- **Tagihan**: Bayar Tagihan Rutin Seperti Listrik, Air, Kartu Kredit, Cobah Multifinance, dan lain-lain
- **QRIS**: Bayar Apa Aja Dimana Aja Tinggal Scan QRIS
- **Buka tabungan**
- **DiKado**: Fitur Pengiriman Kado Digital Berupa Tunai, Top Up Pulsa, e-Wallet dan Mobile Tunai dengan Berbagai kartu Ucapan
- **Mobile Tunai**: Fitur Tarik Tunai Tanpa Kartu di ATM

TVC

Tone & Manner: Fun, kegiatan sehari-hari

Communication Element: Capturing target market and situation based on highlight features

Target Market: milenial behavior: praktis gampang

Objective: download mobile banking BNI

Social Listening

Insight:

Fitur BCA Mobile yang useful untuk pengguna adalah saat:

- Pemisahan top up
- QRIS (kemungkinan masalah di manganti)
- Buka tabungan


Core: apa terlalu berat kalau login device baru

(Sumber: Dokumen pribadi)

Oriflame merupakan nama merek dari negara *Sweden* yang menawarkan produk-produk kecantikan. Dalam pembuatan *competitor review* Oriflame, *intern* harus menganalisis *tagline* dan pesan dari merek yang ingin disampaikan, kontak dan media sosial, KOL dan *brand ambassador*, informasi produk dan harga, persepsi masyarakat terhadap *brand*, contoh TVC dan penggunaan bahasanya, dan kesimpulan dari beberapa merek kompetitor yang memiliki produk sejenis yaitu *The Body Shop*, *Jafra*, *Maybelline*, *Wardah*, *Laneige*, *The Face Shop*, *Innisfree*, *Loreal*, *L'occitane*, dan *Amway*.

Gambar 3.3 Slide *Competitor Review* Oriflame bagian Maybelline


Maybelline



About Maybelline

Maybelline New York is the number one global cosmetics brand and is available in over 129 countries worldwide. Offering more than 200 products, Maybelline New York combines technologically advanced formulas with on-trend expertise to create accessible cosmetics with a cool, urban edge and a spirited style.

KOL Maybelline

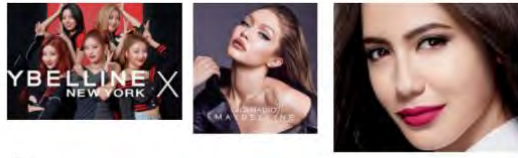


Name:

1. Adayah Mazzota
2. Brandy Allen
3. Alissa Janay
4. Simpe Onakoya

Instagram: Maybelline
Twitter: Maybelline
Facebook: MaybellineINA
Youtube: Maybelline


Brand Ambassador Maybelline



Name:


1. Rizki
2. Rizki Pratiwi
3. Purnika Pratiwi (Indonesian)

Product :



1. Eyes
 - Eyebrow
 - Eyeliner
 - Mascara
 - Eyeshadow
2. Lips
 - Lip Balm
 - Lip Cream
 - Lip Liner
 - Lipstick
 - Lip Tint
3. Face
 - BB Cream-Cushion
 - Blush
 - Concealer
 - Contour & Highlight
 - Primer
 - Foundation
 - Powder
 - Remover



People Perception



Name : Niken
Usia : 22 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
Persepsi terhadap brand : Produk yang cocok/banget dengan segala jenis kulit, khususnya kulit orang Asia.
Menggunakan produk atau tidak : Menggunakan

Summary

Message:
The most message from Maybelline advertisement and social media content is focus on Maybelline products that make us more confident and colorful

Summary

People perception:
Well known brand for makeup products with good quality and affordable price

Brand perception:
The brand perception of Maybelline is the same as people perception, Maybelline is a famous brand with an elegant, colorful, and good quality with affordable price.

(Sumber: Dokumen pribadi)

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

Bank Central Asia atau yang biasa disingkat sebagai BCA merupakan nama merek perbankan yang cukup ternama di Indonesia. Dalam pembuatan *competitor review* BCA, *intern* ditugaskan untuk berfokus pada bentuk promosi TVC dan iklan cetak pada tahun 2019 sampai tahun 2020 untuk BCA sendiri dan beberapa kompetitornya, seperti Mandiri, BRI, dan BNI. Tidak hanya itu, setelah mengumpulkan semua contoh TVC dan iklan cetak, *intern* diwajibkan untuk membuat kesimpulan pada setiap merek dan secara keseluruhan.

Gambar 3. 4 Slide *Competitor Review* BCA bagian Mandiri

mandiri

(2019)

Branding corporate image

- Objective : Create positive image of Bank Mandiri
- Message : Celebrate the Independence Days of Indonesia. Keep the Indonesia unity spirit
- CTA : Keep the unity spirit of Indonesia

Print Ads

- Objective : create awareness and encourage people to collect raffle coupons by using mandiri debit card and credit card
- Message : By collecting Raffle coupons, you can get your dream sneakers
- CTA : Collect the raffle coupons and own your dream sneakers

TVC

- Objective : Introduce Mandiri tabungan bisnis
- Message : With Mandiri tabungan bisnis, no additional transaction fee, broader network and many promos
- CTA : Segera buka tabungan bisnis Mandiri di cabang terdekat

(2020)

TVC (Mandiri Prioritas)

- Objective : to inform and spread awareness about Mandiri priority banking service
- Message : Mandiri priority is banking service that assist and help understand your vision & always evolve

Print Ads (tactical)

- Objective : To inform about Mandiri Karival virtual event
- Message : Inviting audience to join the event , highlighting event content and activity

TVC

- Objective : To inform bank Mandiri new service (QR code for open new bank account)
- Message : Open new account now is more easy , no need to download apps

(2021)

TVC

- Objective : introduce and spread awareness about Livin' by Mandiri
- Message : Livin' by Mandiri presents complete apps in hand with easy and fast transactions

TVC

- Objective : introduce new digital product Livin' by Mandiri and Kopra platform
- Message : Mandiri presents complete digital service : Livin' by Mandiri apps services in hand with easy and fast transactions and Kopra digital platform that support your business (different target market)

Recap

From 2019 - 2021, Mandiri is more into corporate branding , CSR (Mandiri untuk negeri) and product campaign. No specific corporate campaign.

In 2021, Mandiri campaign is heavy on their new product launch : Livin' by Mandiri and Kopra (digital apps platform)

livin'
by mandiri

Livin' by Mandiri is digital apps owned by Bank Mandiri (change from the previous apps was name Mandiri Online). Livin' by Mandiri is apps to make it easier for customer do the digital transaction (like BCA mobile)

kopra
by mandiri

Kopra is single access digital service for business community or business man in wholesale segment (center of information and financial transaction from upstream and downstream activity)

SITAS
MEDIA
NUSANTARA

(Sumber: Dokumen pribadi)

Competitor review terakhir yang dikerjakan oleh *intern* adalah *competitor review* untuk merek Roma. Proses pengerjaannya dapat dikatakan sebagai *competitor review* termudah dan tercepat karena hanya berfokus pada dua merek yaitu Roma sendiri dan satu-satunya kompetitor yaitu Gery Saluut. Dalam pembuatannya, *intern* juga ditugaskan hanya untuk menganalisis TVC dan iklan cetak pada tahun 2020 saja, campaign dan event yang pernah diadakan, persepsi masyarakat terhadap merek, perbedaan isi konten pada media sosial, dan kesimpulan secara keseluruhan. Maka dari itu, berbeda dengan *competitor review* lainnya, pada *competitor review* ini; informasi dan jumlah merek kompetitor lebih sedikit dibandingkan kebutuhan *competitor review* lainnya.

Gambar 3. 5 Slide *Competitor Review* Roma bagian Gery Saluut

All variant : Gandum, coconut, sweet cheese, double cheese, chocolate, matcha latte, chocolate coconut, and double abon.

TVC (2020)
Objective : To inform Gery Saluut chocolate coconut extra 20%
Message : Happy Mancap because Gery Saluut extra 20%
CTA : Now, Gery Saluut extra 20%

Print Ads (2020)
Objective : To inform Gery Saluut extra 20%
Message : Show Gery Saluut before and after and Display extra 20% on packaging

Brand Campaign #GeryHappyMancap
Mancap : Mantap (The best)
Tag line : #GeryHappyMancap
Message : Doing everything for the better and happy

Brand Perception

Nama	: Kevin	Nama	: Gaby
Usia	: 20 tahun	Usia	: 17 tahun
Pekerjaan	: Mahasiswa	Pekerjaan	: Pelajar
Persepsi perut dan penyimpanannya tahan lama	: <input type="checkbox"/> sook buat mengangjal	Persepsi buat kantong pelajar	: <input type="checkbox"/> enak dan murah banget
Pernah mengonsumsi/tidak	: <input type="checkbox"/> Pernah	Pernah mengonsumsi/tidak	: <input type="checkbox"/> pernah

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

(Sumber: Dokumen pribadi)

Competitor review yang telah dibuat kemudian diberikan kepada divisi *strategic planning* dan *creative* agar strategi pemasaran yang akan dibuat dan diajukan kepada klien dapat lebih kreatif, unik, dan pastinya berbeda dengan strategi pemasaran kompetitor.

Dengan melihat *competitor review* yang pernah dibuat selama pelaksanaan praktek kerja magang, dapat disimpulkan bahwa *competitor review* merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan sebelum memulai pembuatan strategi pemasaran pada suatu merek. *Competitor review* adalah melakukan *review* dasar tentang seluruh produk atau layanan yang ditawarkan oleh kompetitor yang sudah ada maupun kompetitor baru menurut para pelanggan (Chaffey, 2011). Dalam pelaksanaannya, *competitor review* harus disertakan dengan kelebihan dan kelemahan dari keseluruhan kompetitor sehingga agensi dapat lebih memahami peluang dan ancaman dari kompetitor dan pasar. Maka dari itu, kesamaan pekerjaan yang telah dilakukan dengan konsep adalah bertujuan untuk menganalisis terlebih dahulu tentang semua hal yang terkait pada kompetitornya; baik dari segi produk, keunggulan, harga, hingga bentuk promosi apa saja yang pernah dilakukan, sehingga agensi dapat membuat strategi atau iklan yang lebih menarik dan mengambil setiap peluang yang ada dibandingkan kompetitornya.

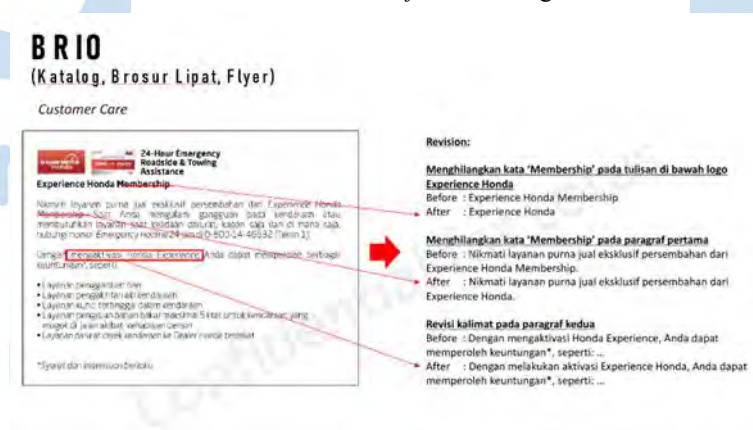
3. Monitoring and Controlling

Menjadi seorang *account executive* memiliki salah satu tanggung jawab yaitu memantau, mengawasi, dan

memastikan seluruh proyek berjalan dengan lancar dan sesuai dengan *brief* yang diinginkan oleh klien. Selama pelaksanaan praktek kerja magang, salah satu tugas yang harus dilakukan adalah melakukan *monitoring and controlling*.

Tugas ini terlihat saat *intern* ditugaskan untuk melakukan pengecekan ulang brosur, *flyer*, dan katalog Honda yang dibuat oleh divisi *creative*, apakah sudah sesuai atau belum sesuai dengan *brief*. Setelah melakukan pengecekan ulang, *intern* harus melaporkannya kepada pembimbing lapangan tentang bagian-bagian mana saja yang salah dan harus direvisi atau apakah semua hasil brosur, *flyer*, dan katalog yang dibuat oleh divisi *creative* sudah sesuai dengan *brief*. Kemudian, brosur, *flyer*, dan katalog Honda yang sudah sesuai dengan *brief* diunggah pada *google drive* yang sudah disiapkan oleh pembimbing lapangan agar mudah diketahui dan dikelompokkan. Terakhir, *intern* juga ditugaskan untuk membuat perencanaan strategi kegiatan *corporate social responsibility* untuk Honda Café yang kemudian didiskusikan melalui *meeting*.

Gambar 3. 6 Contoh *brief* dan Katalog Honda Brio





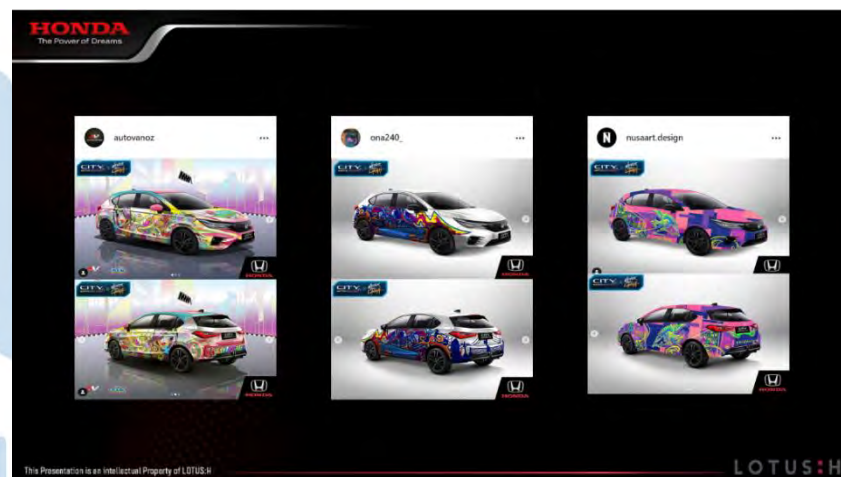
(Sumber: Dokumen pribadi)

Tugas lain yang dilakukan dalam bidang *monitoring and controlling* juga terlihat dalam rangkaian *City Hatch Art Competition*, *Honda Brio #BanggabarengBrio Competition*, dan *City Hatch Art Class*.

City Hatch Art Competition. Kompetisi ini merupakan kompetisi mendesain mobil Honda *City Hatch Culture* seunik dan kreatif mungkin dengan tema “*City Lights and Vibrant*”. *Intern* mengambil bagian terbanyak dalam proses *monitoring and controlling* pada bagian kompetisi ini. Dalam rangkaian kompetisi, *Intern* ditugaskan untuk melengkapi data pemenang mingguan pada *City Hatch Art Competition* dan menghubungi divisi keuangan perihal hadiah berupa *e-money* Rp 250.000,- yang harus diserahkan kepada pemenang. Tidak hanya sampai di situ, setelah menghubungi divisi keuangan, *Intern* harus memastikan adanya konfirmasi bahwa divisi keuangan telah mengirimkan hadiahnya dan hadiah tersebut sudah diterima oleh pemenang. Dalam kompetisi ini juga, *Intern* ditugaskan untuk membuat rekapan setiap harinya selama dua minggu berturut-turut yang berisikan gambaran desain dari semua peserta kompetisi dan menyerahkannya kepada pembimbing

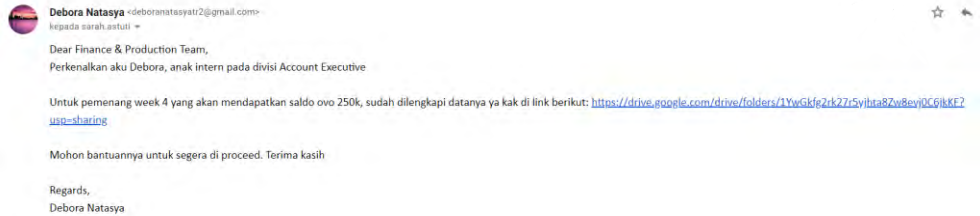
lapangan di akhir minggu. Setelah sampai pada waktu batas pengumpulan desain dan juri telah menentukan pemenang 15 desain terbaik, *Intern* ditugaskan untuk membuat rekapan tentang seluruh data diri pemenang *City Hatch Art Competition* (nama, alamat, no telepon, dan email), keterangan pemenang, contoh desain pemenang, dan dokumen-dokumen yang dibutuhkan (NPWP, KTP, buku tabungan, nomor rekening, dan kartu vaksin) dalam *microsoft excel*. Terakhir, *Intern* ditugaskan untuk melakukan pengecekan ulang terkait sertifikat dan *trophy* 15 pemenang dan membuat *deck* tentang seluruh data diri disertai dokumen pemenang *City Hatch Art Competition* dan adanya keterangan untuk membedakan 3 pemenang terbaik dan 15 pemenang terbaik.

Gambar 3. 7 Salah satu slide rekapan desain peserta *City Hatch Art Competition*



(Sumber: Dokumen pribadi)

Gambar 3. 8 Pengajuan pengiriman hadiah kepada divisi keuangan



(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Gambar 3. 9 Rekapen pemenang *City Hatch Art Competition*

No	Nama	Keterangan	Alamat	No HP	Email	Design	NPWP	KTP	Buku Tabungan	No Rekening	Vaksin 1
1.	Ferdiansyah Ramadhan	Top 3 Winners (Juara 1)	Jl. Tanah baru kecamatan beji permak kelurahan tanah baru dg ndi Rt.02 Riw 07, Depok, Jawa Barat	0812-9537-2813	ferdiansyah.5602@gmail.com		TIDAK PUNYA	DONE	DONE	(BCA) 7150831754 a/n Ferdiansyah ramadhan	BELUM VAKSIN
2.	Deden Desma Hikmahwan	Top 3 Winners (Juara 2)	Jl. Bersama No. 1A RT. 004/004 Rangkapan Jaya Baru, Pancoran Mas, Depok 16434, Jawa Barat	0857-1112-1679	gudovans@gmail.com		DONE	DONE	DONE	(Mandiri) 157-00-0713818-4 a/n Deden Desma Hikmahwan	VAKSIN 1 DONE
3.	Muhammad Irfan Intama	Top 3 Winners (Juara 3)	The River, East Colorado Cb/35, Rt 02/Rw 013, Wang Wang, Kab. Bogor 16360	0813-838-92203	irfanintama@gmail.com		DONE	DONE	DONE	(BCA) 3102041680 a/n Muhammad Irfan Intama	VAKSIN 2 DONE
4.	Rizwan	15 Finalist	Jln Baru Gg. 1 Rt 001/01 No.26 Cilincing Jakarta Utara 14120	0896-0200-3858	mbazzalank@gmail.com		DONE	DONE	DONE	(Mandiri) 120 000 6433 308 a/n kurnati	VAKSIN 1 DONE
5.	Adi Purnomo	15 Finalist	Jl. Srikanthi 3 Blok C20, perum Abdinegara Bojanegara, Kecamatan, klat. Surabingga Jawa Tengah	0832-2780-8058	adi.purnomo72@gmail.com		DONE	DONE	DONE	(Mandiri) 139 000-107 1511 a/n Adi Purnomo	BELUM VAKSIN
6.	Topi Parasian Nanggolan	15 Finalist	Jl. Rawa semut no. 1 margahayu Rekaru timur - jawa barat	0882 8909 9395	topudocgini@gmail.com		TIDAK PUNYA	DONE	DONE	(BRI) 1105 01 015471-50 6 a/n Saot Maruspah Nanggolan	VAKSIN 2 DONE

(Sumber: Dokumen pribadi)

Gambar 3. 10 Salah satu *slide* rekapen pemenang *City Hatch Art Competition*

(Juara 1) Ferdiansyah Ramadhan



Rekening :
(BCA) 7150831754 a/n ferdiansyah ramadhan

(Sumber: Dokumen pribadi)

Honda Brio #BanggabarengBrio Competition. Kompetisi ini merupakan kompetisi membuat konten video sekreatif dan semenarik mungkin dengan mobil Honda Brio dan wajib menggunakan hastag #BanggabarengBrio serta *jingle* dari Honda Brio. Pada kompetisi ini, dalam proses *monitoring and controlling*, *intern* ditugaskan untuk menuliskan komentar ajakan untuk mengikuti kompetisi pada beberapa akun tiktok pengguna Honda Brio. Setelah itu, setiap harinya, *intern* harus membuat rekapan pada *google sheet* tentang jumlah komentar, jumlah orang yang merespon (*like* maupun membalas komentar), dan jumlah orang yang tertarik untuk mengikuti kompetisi.

Gambar 3. 11 Rekapan komentar dan jumlah peserta yang tertarik #BanggabarengBrio competition di Tiktok

B	C	D	E	F	G
Jumlah Comment	Jumlah Respon/React	Jumlah Yang Ikutan Challenge (sesuai mechanism - or simply put HTC + Music)	Nama account yang Ikutan	Jumlah Yang Ikutan Challenge (tidak sesuai mechanism)	Remarks
35	8	3	diekaobelx, editor-atm, rachmatwijaya27	1	yantifyan
30	11	1	redorocks		
40	6	0			
22	4	0		1	@yankemotorsport ikutan challenge dengan music yang salah
10	4	0			
30	6	3	meimayangg (3)	1	@nri1704 ikutan challenge dengan music yang salah
35	7	2	HDPrast (2)	2	@HDPrast & @akusipa ikutan challenge dengan music yang salah
9	4	1	whira85		
30	1	0			
50	5				
35	9	0		1	@syandikayadi ikutan challenge dengan music yang salah

(Sumber: Dokumen pribadi)

City Hatch Art Class merupakan salah satu kegiatan dari rangkaian proyek Honda *City Hatchback*. Kegiatan ini berupa webinar dan pengenalan terhadap 15 pemenang desain terbaik. Dalam proses *monitoring and controlling*, *intern* ditugaskan untuk membuat 2 kuis interaktif beserta tata caranya dengan hadiah jaket untuk 2 pemenang dan

saldo *e-money* Rp 100.000,- untuk 2 pemenang. Setelah *City Hatch Art Class* telah selesai berlangsung dan keempat pemenang telah ditentukan, *intern* mengumpulkan dokumen keempat pemenang yang dibutuhkan untuk pemberian hadiah dan membuat rekapan yang berisikan data diri dan dokumen keempat pemenang kuis *City Hatch Art Class*. Tidak hanya sampai situ, Honda *City Hatchback* juga mengadakan *giveaway* pada akun Instagram Honda dan *intern* ditugaskan untuk memilih delapan pemenang sesuai dengan ketentuan yang ada dan membuat rekapan dari delapan pemenang tersebut yang berisikan *username*, nama, *profile* Instagram, alamat, dan berkas-berkas yang dibutuhkan.

Gambar 3. 12 Salah satu *slide* rekapan pemenang *City Hatch Art Class*



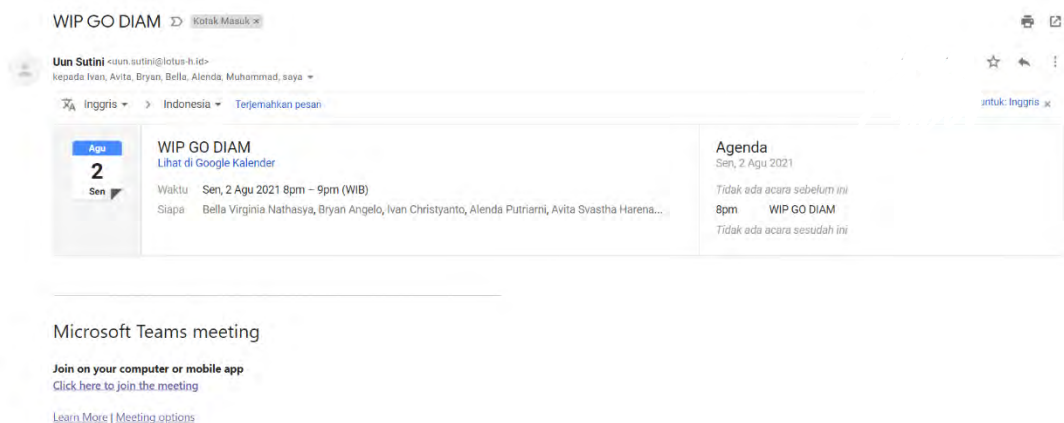
Pemenang Merchandise Jaket

(Sumber: Dokumen pribadi)

Salah satu proses *monitoring and controlling* yang dilakukan bersama satu divisi *account management* adalah melakukan *work in progress meeting*. Hal ini bertujuan untuk saling memberi laporan semua pekerjaan yang sudah dan sedang dilakukan, keluhan, saran, dan berdiskusi terkait

strategi pemasaran, sehingga sesama anggota divisi terlebih *Head of Account Management* dapat memberi masukan dan mengetahui seluruh *progress* dari divisi *account management*. Tidak hanya itu, proses *monitoring and controlling* yang dilakukan bersama klien dan beberapa divisi lainnya adalah mengadakan *meeting* dengan jadwal yang sudah ditentukan untuk membahas dan mempresentasikan *progress* yang sudah dilakukan, sehingga klien dan beberapa divisi lain yang terkait dapat memberi masukan dan mengetahui keseluruhan *progress* dari proyek yang sedang dilakukan.

Gambar 3. 13 Invitation work in progress meeting



(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam keseluruhan tugas *monitoring and controlling* yang dilakukan oleh *intern*, ada beberapa perbedaan dengan konsep *monitoring and controlling* (Guide, 2013); *monitoring and controlling* meliputi pengumpulan, pengukuran, dan semua penilaian yang nantinya akan mempengaruhi proses suatu proyek. Tindakan ini dilakukan agar dapat melakukan pencegahan, perencanaan ulang,

melanjutkan rencana yang sudah berjalan, dan mempertanggung jawabkan proyek yang sedang berjalan.

Perbedaan tugas yang dilakukan oleh *intern* dengan konsep adalah pekerjaan *monitoring and controlling* yang dilakukan oleh *intern* tidak meliputi pengukuran dan perencanaan ulang. Pekerjaan yang dilakukan oleh *intern* hanya berfokus pada pencegahan dan pertanggung jawaban proyek yang sedang berjalan, sehingga dapat dikatakan proses *monitoring and controlling* yang dilakukan oleh *intern* tidak sepenuhnya dikerjakan sesuai dengan konsep *monitoring and controlling*.

4. Menghubungi Pihak Lain

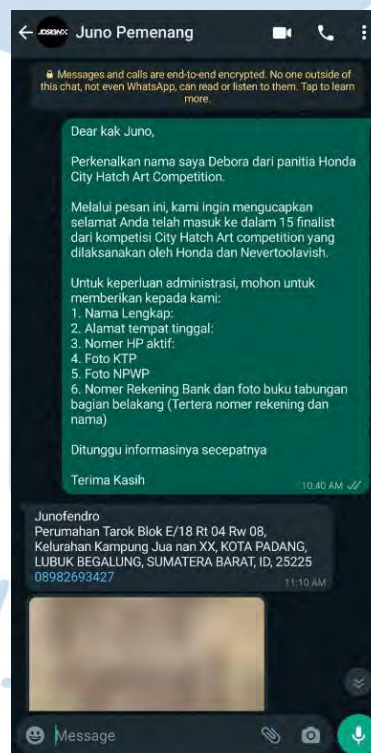
Tugas terakhir yang dilakukan adalah menjadi perantara antara agensi dan pihak yang bersangkutan. Maksudnya, *intern* diberikan tanggung jawab untuk menghubungi pihak-pihak terkait dengan tujuan tertentu sebagai bagian dari *progress* berjalannya proyek.

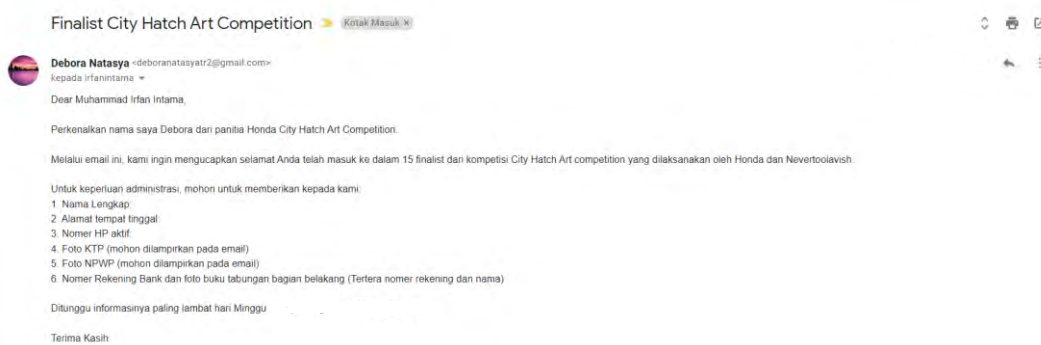
Pertama, *intern* diminta untuk menghubungi pemenang mingguan dan lima belas pemenang desain terbaik *City Hatch Art Competition* dengan tujuan untuk meminta keterangan data diri, kelengkapan dokumen, dan memberikan undangan untuk wajib hadir dalam *City Hatch Art Class*. Tidak hanya itu, *intern* juga menjadi narahubung saat 15 finalis memiliki pertanyaan tentang pengumuman pemenang, penerimaan hadiah, dan undangan *City Hatch Art Class*.

Kedua, *intern* juga diminta untuk menghubungi pemenang kuis *City Hatch Art Class* dengan tujuan untuk meminta keterangan data diri, kelengkapan dokumen, dan menanyakan pilihan pengiriman saldo *e-money* melalui *Gopay* atau *Ovo*.

Terakhir, *intern* ditugaskan untuk menghubungi beberapa *management podcaster* terkait salah satu strategi pemasaran *Honda Café* perihal menanyakan *price list*, mekanisme kerjasama, jumlah spot, daftar acara, dan lain-lain. Setelah itu, *intern* mendata semua *management* yang telah dihubungi dan melaporkannya kepada pembimbing lapangan.

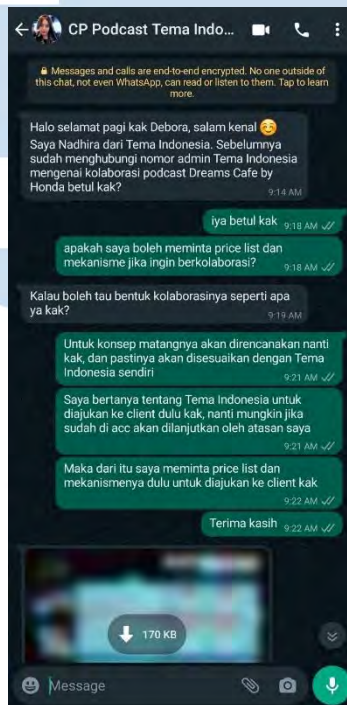
Gambar 3. 14 Menghubungi pemenang *City Hatch Art Competition*





(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Gambar 3. 15 *Menghubungi contact person management podcaster*



(Sumber: Dokumentasi pribadi)

NUSANTARA

Jika point pekerjaan ini dikaitkan dengan konsep yang ada, menghubungi pihak lain merupakan salah satu pekerjaan *account executive* sebagai *account services*. Menurut pemahamannya, *account services* merupakan jembatan antara agensi dengan klien, termasuk melakukan keseluruhan hubungan yang harus dilakukan pada pihak lain dengan tujuan mendukung kepentingan klien. Dalam hal ini, *account service* yang dilakukan oleh *intern* adalah menjadi penghubung komunikasi antara agensi dengan beberapa pihak luar terkait beberapa tujuan proyek dari klien, sehingga dapat dikatakan tidak adanya perbedaan menghubungi pihak lain dengan konsep *account service* yang sama-sama mendukung keseluruhan hubungan terkait proyek dari klien walaupun hubungan tersebut dilakukan pada pihak manapun. Hal yang membedakannya adalah konsep *account service* tidak berfokus pada menghubungi pihak lain namun konsep tersebut menjelaskan beberapa tanggung jawab lain yang bertujuan untuk membangun hubungan dan proyek antara agensi dengan klien.

Dengan melihat semua pekerjaan yang pernah dikerjakan oleh *intern* seperti membuat *contact report*, *competitor review*, beberapa rekapan, menghubungi beberapa pihak terkait, dan menghadiri beberapa *meeting* untuk melakukan diskusi; dapat dikatakan bahwa pekerjaan tersebut selaras dengan tugas utama yang dilakukan oleh *account executive* adalah menjadi perantara dalam menyampaikan informasi kepada agensi tentang keadaan klien, melakukan analisa pasar dan pengetahuan merek klien, dan membangun serta menjaga hubungan yang baik antara klien dengan agensi (Dwisari, 2020). Hal ini terjadi karena semua pekerjaan yang dilakukan oleh *intern* dalam

praktek kerja magang merupakan pekerjaan-pekerjaan yang bertujuan untuk mendukung, mengawasi, dan mengupayakan seluruh perencanaan dan perkembangan strategi pemasaran dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan *brief* yang telah dibuat.

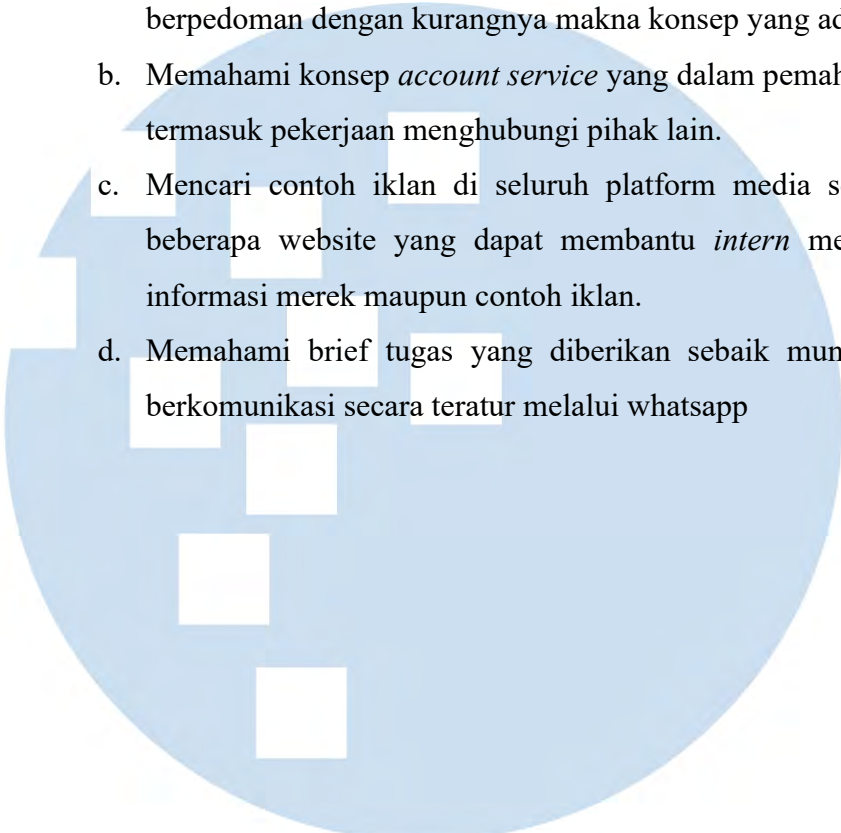
3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan praktek kerja magang di Hakuhodo Lotus, terdapat beberapa kendala yang berasal dari perbedaan konsep atau teori, yang antara lainnya adalah:

- a. Pekerjaan *monitoring and controlling* yang dilakukan oleh *intern* tidak sepenuhnya dikerjakan sesuai dengan konsep *monitoring and controlling*.
- b. Pekerjaan menghubungi pihak lain dapat dimasukkan sebagai bagian dalam *account service*, yang tidak sepenuhnya memiliki tanggung jawab dalam menghubungi pihak lain, namun menjadi bagian dalam konsep pekerjaan *account service*
- c. Sulitnya mencari contoh iklan yang akan ditempatkan pada *competitor review*
- d. Praktek kerja magang yang dilakukan secara *work from home*, seringkali membuat kesulitan dalam melakukan komunikasi dan koordinasi.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Beberapa kendala yang hadir tidak menghalangi *intern* untuk menyelesaikan seluruh tanggung jawab yang diberikan di Hakuhodo Lotus. Dengan solusi-solusi yang dilakukan oleh *intern*, membuat seluruh kendala yang ada dapat diselesaikan dengan baik. Solusi-solusi tersebut antara lainnya adalah:

- 
- a. Menjalankan tanggung jawab *monitoring and controlling* tanpa berpedoman dengan kurangnya makna konsep yang ada
 - b. Memahami konsep *account service* yang dalam pemahamannya termasuk pekerjaan menghubungi pihak lain.
 - c. Mencari contoh iklan di seluruh platform media sosial dan beberapa website yang dapat membantu *intern* menemukan informasi merek maupun contoh iklan.
 - d. Memahami brief tugas yang diberikan sebaik mungkin dan berkomunikasi secara teratur melalui whatsapp

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA