

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

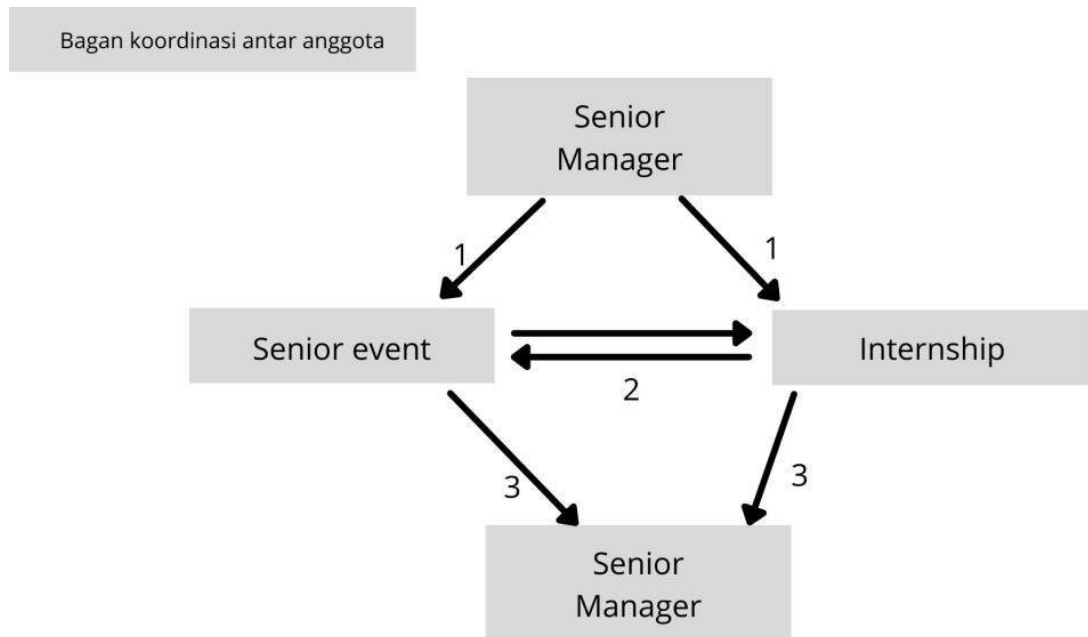
3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada bab ini, Penulis ingin menjelaskan perihal tugas, kedudukan dan tanggung jawab yang sudah dilakukan semasa kerja magang dalam divisi *Event Activation* Informa. Penulis juga ingin membahas uraian dengan menggunakan definisi, konsep dan teori.

Penulis melakukan praktik kerja magang di PT Home Center Indonesia atau yang sering disebut dengan Informa dalam divisi *Event Activation*. Penempatan posisi dalam praktik kerja magang disesuaikan dengan program studi yang Penulis ambil yaitu Ilmu Komunikasi dengan fokus pada *Experiential Marketing*. Selama praktik kerja magang berlangsung Penulis mendapatkan arahan dan bimbingan secara langsung dari *Head of Event Activation* yakni, Pretty Siahaan dan *Senior of Event Activation* yakni, Yogie Tandana, Mariska Cyndilia dan Teresia Anastasia.

Selama proses kerja magang berlangsung, Penulis mendapat kesempatan untuk membantu perihal konsep Instagram *live*, *opening store*, *brand launching*, teknis selama *live* berlangsung. Serta mempertimbangkan KOL atau narasumber yang cocok dengan topik *live*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

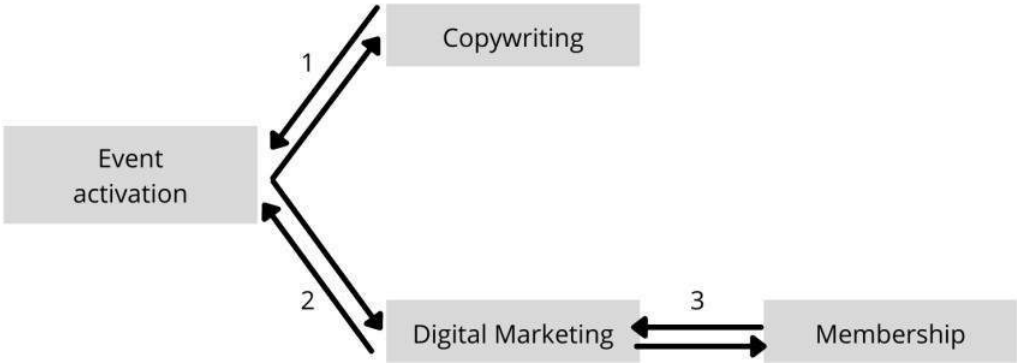


(Sumber: Tim Manajemen Informa) olahan Penulis
 Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi antar anggota

Alur koordinasi antar anggota selalu dimulai dari informasi dari *Senior Manager Marketing Communication* yang disampaikan kepada *senior event* atau rekan kerja dan Penulis, lalu diolah oleh tim *Event Activation* kemudian hasil dari proses diskusi akan disampaikan kembali pada *Senior Manager Marketing Communication*. Dalam koordinasi antar anggota biasanya informasi yang di dapat berupa target *sales* ataupun strategi baru yang harus dibuat untuk meningkatkan atau mempertahankan *sales* yang telah didapat.

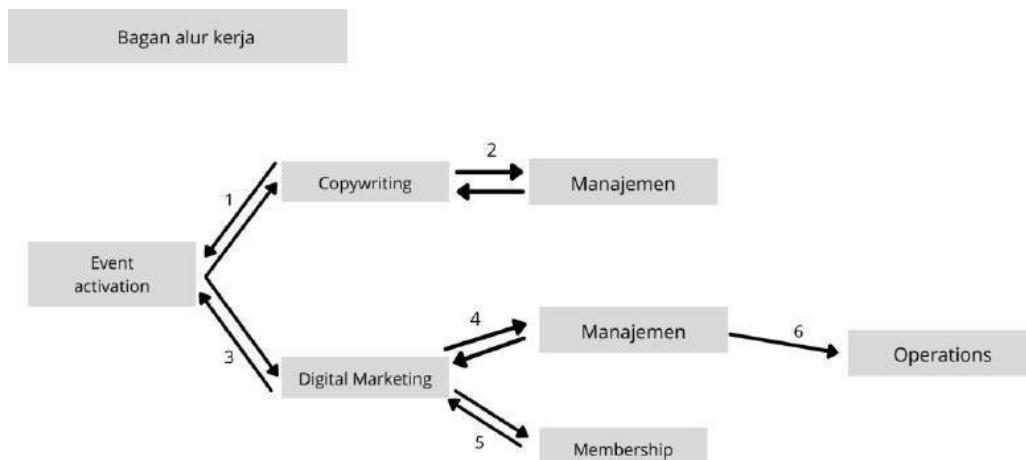
UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

Bagan koordinasi antar divisi



(Sumber: Tim Manajemen Informa) olahan Penulis
Gambar 3. 2 Bagan Alur koordinasi antar divisi olahan penulis

Divisi pertama yang selalu berhubungan dengan tim *Event Activation* adalah *Copywriting*, di mana tim *Event Activation* akan melakukan *request* alternatif judul untuk *event* dan *caption* untuk *email blast*. Setelah mendapatkan judul maka akan disampaikan kepada tim *Digital Marketing* untuk proses pembuatan poster Instagram *live*. Pada tahap akhir tim *Event Activation* akan berkomunikasi dengan tim *Membership* untuk keperluan *request email blast* kepada seluruh *membership* maupun *non membership* untuk menyampaikan informasi mengenai promo yang akan diberikan pada saat Instagram *live* berlangsung.



(Sumber: Tim Manajemen Informa) olahan Penulis

Gambar 3. 3 Alur kerja penulis

Alur kerja penulis secara singkat, yang pertama setelah melewati proses pencarian ide dan konsep acara, maka tim *Event Activation* melakukan *request* judul dan *caption email blast* pada tim *Copywriting* untuk acara pada Instagram *live*. Lalu beberapa alternatif judul akan diajukan pada pihak manajemen untuk memutuskan judul mana yang akan dipakai sebagai judul Instagram *live*, jika semua alternatif judul tidak ada yang menarik bagi tim manajemen, maka tim *Event Activation* akan melakukan *request* kembali kepada tim *Copywriting*. Setelah mendapatkan judul maka tim *Event Activation* akan memberikan poster *brief* untuk *request* poster Instagram *live*, biasanya tim *Digital Marketing* akan melakukan pengajuan hasil desain poster pada pihak manajemen, jika pihak manajemen tidak menyetujui desain poster maka tim *Digital Marketing* akan melakukan desain ulang maupun penambahan materi dalam desain poster. Setelah poster selesai maka poster akan diserahkan kepada tim *Event Activation* untuk di *forward* kepada tim *Membership*, tim *Membership* akan memberikan penilaian kembali terhadap poster jika poster dianggap tidak sesuai dengan *standard* maka tim *Event Activation* akan meminta tim *Digital Marketing* melakukan revisi sesuai dengan permintaan tim *Membership*. Setelah tim *Membership* menyetujui poster, maka tim *Membership* akan melakukan *email blast* kepada *member* dan *nonmember*. Pada tahap akhir tim *Event Activation*

akan menghubungi tim *Operations* untuk menginformasikan tanggal, tempat dan *set up* area Instagram *live*. Jika manajemen tidak menyetujui *set up* area Instagram *live*, maka tim *Event Activation* akan menyampaikan kepada tim *Operations*, namun skala revisi *set up* dari tim manajemen adalah 1 banding 10

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Penulis ditempatkan pada tim *Event Activation* selama melakukan praktik kerja magang di PT Home Center Indonesia atau yang lebih dikenal dengan Informa. Penulis diberikan tanggung jawab untuk membantu tim *Event Activation* dalam pembuatan perencanaan, ide hingga pelaksanaan *event*. Perencanaan sebuah *event* dilakukan untuk 3 bulan ke depan dan setiap anggota tim pasti menjadi *Person In Charge* (PIC) minimal 1 *event* dalam 1 bulan. Tugas utama Penulis terfokus pada *event* yang telah dibagi oleh tim, dimulai dari pencarian ide konsep dan pembuatan proposal, pemilihan barang & narasumber yang tepat sesuai dengan topik yang akan dibicarakan, proses pengajuan pembuatan poster pada divisi yang bersangkutan, penyusunan *cue card* hingga pada pelaksanaan *event*, sedangkan tugas lainnya penulis dipercaya untuk membuat laporan mingguan, menjadi *Master of Ceremony* (MC), teknis selama *event* berlangsung, melakukan pengajuan *email blast* kepada *Membership* Informa serta perlengkapan untuk *live*.

Agar dapat melihat lebih lengkap berikut adalah *timeline* pembagian tugas yang telah ditetapkan oleh tim *Event Activation* Informa pada bulan Oktober PT Home Center Indonesia atau Informa.

| EVENT ACTIVATION | | | | | | |
|------------------------|----------------------------|--|---|--|---------------------------|---|
| PERIODE : OKTOBER 2021 | | | | | | |
| | | | Kamis, 30 September | Jumat, 1 Oktober | Sabtu, 2 Oktober | Minggu, 3 Oktober |
| | | | Live Streaming Selling with Informa Alam Sutera | | | Event Opening Informa Cakung |
| | | | Hard selling produk dgn special price | | | |
| Senin, 4 Oktober | Selasa, 5 Oktober | Rabu, 6 Oktober | Kamis, 7 Oktober | Jumat, 8 Oktober | Sabtu, 9 Oktober | Minggu, 10 Oktober |
| | | Catalog Pro - Talkshow (ICF) Mewujudkan Hunian Impian Anda | | IG LIVE MESSAGE CHAIR (Informa X Susi Susanti) | INFORMA X RUPA-RUPA 10.10 | |
| | | Highlight: Product of the Week dari Tatami, Kitchen Set, Folding Table / Bed | | | | |
| Senin, 11 Oktober | Selasa, 12 Oktober | Rabu, 13 Oktober | Kamis, 14 Oktober | Jumat, 15 Oktober | Sabtu, 16 Oktober | Minggu, 17 Oktober |
| | | Presscon Kels + Community Store Visit & Activation | | SUSEN (KOL DM) | | |
| | | | | KOL | | |
| Senin, 18 Oktober | Selasa, 19 Oktober | Rabu, 20 Oktober | Kamis, 21 Oktober | Jumat, 22 Oktober | Sabtu, 23 Oktober | Minggu, 24 Oktober |
| | Public Holiday Maulid Nabi | | | Wardah x SUSEN IG live Stylish & Glow Up with Wardah | | LSS Kolaborasi dengan Store |
| Senin, 25 Oktober | Selasa, 26 Oktober | Rabu, 27 Oktober | Kamis, 28 Oktober | Jumat, 29 Oktober | Sabtu, 30 Oktober | Minggu, 31 Oktober |
| | | | | IG Live with Tytyami or Zoom Workout with Wardah | | LSS Kolaborasi dengan Store (LP Perintis) |

(Sumber: Tim Event Activation Informa)
Gambar 3. 4 Jadwal Activity Event Activation Informa

| ACTIVATIONS ACTIVITY | Setting Area | PIC | Lokasi |
|--|---------------------------|--------------|--------------------|
| Live Streaming Selling with Informa Alam Sutera (LSS) | Living Area | AN & MR | LW |
| Event Informa Grand Cakung | | Yg & Andryan | Cakung |
| Catalog Pro - Talkshow (ICF) - Mewujudkan Hunian Impian Anda | tbc | YG | LW |
| Informa x Rupa-rupa 10.10 | | MR | LW |
| IG LIVE MESSAGE CHAIR (Informa X Susi Susanti) | | YG | q big |
| Event Informa Grand Cakung | | Yg & Andryan | Cakung |
| Presscon Kels (2 area live di head office untuk pak Daniel dan LW untuk Bu Ausy) | | MR | Head Office dan LW |
| KOL with SUSEN (DM) I | | AN | Head Office |
| Wardah x SUSEN IG live Stylish & Glow Up with Wardah | Studio & Near Kitchen Set | AN | LW |
| KOL Tyty with SUSEN (DM) II | | | |
| LSS with LP Perintis | LW (Studio) | YG | LW |

(Sumber: Tim Event Activation Informa)
Gambar 3. 5 Pembagian PIC Event Activation Informa

3.2.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis sebagai tim dari *Event Activation* diberikan kepercayaan untuk melakukan dan menyelesaikan tugas yang ada selama masa praktik kerja magang. Adapun kegiatan yang dilakukan oleh Penulis dalam praktik kerja magang di bagi menjadi 4 kategori, yaitu:

- 1) *Instagram live*
- 2) *Master of ceremony* (MC)
- 3) *Brand launching*
- 4) Syukuran dan *opening store*

1) Event Management

Menurut Goldblatt (2002) *Event Management* merupakan sebuah pekerjaan dengan kebutuhan pertemuan publik yang bertujuan untuk membentuk sebuah perayaan, pendidikan, pemasaran, dan reuni.

Praktik kerja magang yang dijalani oleh Penulis berlangsung selama kurang lebih 3 bulan, Penulis telah bertanggung jawab atas kurang lebih 7 kegiatan *event*, dua dari ke-7 *event* ini termasuk *opening store* dan syukuran.

Event merupakan sebuah program kerja utama dalam divisi *Event Activation* dengan total *minimum* melaksanakan *Instagram live* adalah satu kali dalam satu minggu dengan tujuan dan harapan dapat memberikan ide, promo-promo terkini, inspirasi bagi para pelanggan Informa serta meningkatkan *sales* terhadap produk yang di *highlight* pada saat *Instagram live* berlangsung.

Dalam pelaksanaannya hingga menjadi sebuah acara Penulis tentunya melewati beberapa tahapan dengan detail sebagai berikut:

- 1) *Survey* mengenai topik yang sedang banyak dibicarakan hingga pada topik yang jarang dibicarakan, namun memiliki peluang yang besar.
- 2) Setelah Penulis melakukan survei, Penulis akan menuangkan beberapa ide yang sudah dikumpulkan ke dalam sebuah proposal, dari sini Penulis juga

belajar bagaimana membuat proposal acara pada perusahaan PT Home Center Indonesia, karena proposal yang dibuat untuk mengajukan topik atau ide tidak seperti proposal yang dibuat di dunia perkuliahan, organisasi, adapun proposal terkait dibuat lebih singkat dan langsung tertuju pada inti permasalahan yang mau di angkat oleh Penulis, berikut contoh apa saja yang terdapat dalam proposal pengajuan ide untuk mengadakan *live*:

- i) Detail acara, berisikan *activity* apa yang akan dilakukan, *platform* yang dipilih sebagai sarana *live* (dalam hal ini Instagram), target audiens, tempat *live* berlangsung (bergantung pada ketersediaan produk pada *store* yang ada di JABODETABEK), *master of ceremony* atau MC, Narasumber.
 - ii) Exposure narasumber, berisikan *followers*, *engagement rate*, dan *ratecard* narasumber.
 - iii) Latar belakang, berisikan mengapa Penulis mau mengangkat topik tersebut dan seberapa pentingnya topik tersebut untuk dibahas dalam *live*.
 - iv) *Objective*, berisikan tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh Penulis seperti, *sales*, meningkatkan produk *awareness*, dan lain-lain.
 - v) Topik yang telah dipilih dalam latar belakang dijabarkan dalam bentuk percakapan oleh Penulis.
 - vi) *List* barang yang sesuai dengan topik yang akan dibawa dalam Instagram *live*.
- 3) Setelah Penulis menyampaikan ide dan sudah melalui *approval* dari supervisi, Penulis melakukan koordinasi antar divisi, divisi yang pertama adalah divisi *Copywriting* agar mendapatkan beberapa alternatif judul untuk kegiatan *live*, tentunya ketika Penulis meminta alternatif judul dan *caption email blast*, Penulis juga melampirkan *briefing* kepada *Copywriter* yang berisikan harga promo tersebut agar dapat membuat alternatif judul yang cocok dan pas dengan *live*. Setelah Penulis mendapatkan alternatif judul, maka Penulis akan mengajukan terlebih dahulu kepada supervisi untuk mendapatkan konfirmasi judul *live* yang menarik dan di nilai lebih cocok.

- 4) Setelah Penulis mendapatkan konfirmasi terkait judul yang akan di pakai, maka Penulis melakukan penyusunan *briefing* yang akan ditujukan kepada divisi *Digital Marketing* untuk memproses poster Instagram *live* dengan 3 ukuran yang berbeda dan 3 desain yang berbeda, yaitu ukuran *feed* Instagram, ukuran NL2 (ukuran yang telah ditetapkan oleh tim *Membership*) dan juga ukuran Instagram *story*.



(Sumber: Tim Event Activation Informa)
Gambar 3. 6 Contoh poster Instagram *Feed*



(Sumber: Tim *Event Activation* Informa)
Gambar 3. 7 contoh poster Instagram *Story*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Sumber: Tim *Event Activation* Informa)
 Gambar 3. 8 contoh poster NL2 *Membership*

- 5) Setelah poster melalui proses *approval* dari tim *Management* maka tim dari *Digital Marketing* akan otomatis melakukan *upload* poster di *feed* Instagram Informa, lalu Penulis melakukan pengisian *request email blast* untuk *Membership*, maksimal H-3 Sebelum acara dimulai disertai dengan poster dengan ukuran yang telah ditetapkan (NL2)
- 6) Setelah semua proses di atas dilewati, maka langkah selanjutnya adalah Penulis melakukan konfirmasi terkait ketersediaan barang di toko Informa yang akan di *highlight* kepada tim *Buyer*.
- 7) Jika sudah terkonfirmasi terkait ketersediaan barang, maka Penulis akan melakukan *briefing* kepada tim toko untuk mempersiapkan *set up* terhadap produk-produk yang sudah di pilih



(Sumber: Tim *Event Activation Informa*)

Gambar 3. 9 Contoh set up area Instagram live

8) Setelah area *live* sudah di *set up* maka tim *Event Activation* akan melanjutkan eksekusi pada tanggal *event* yang sudah ditentukan.

2) Master of Ceremony (MC)

Menurut Bittner (2016) dalam artikel berita “Komunikasi Massa: Pengertian Menurut Para Ahli dan Cirinya”, menyatakan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah pesan yang disampaikan melalui sebuah media kepada khalayak

Penulis dalam praktik kerja magang juga diberikan tanggung jawab sebagai MC dalam acara Instagram *live* yang memiliki konsep *hard selling*. Adapun proses Penulis dalam mempersiapkan diri sebagai MC:

- 1) *Briefing* dilakukan oleh PIC yang bertanggung jawab atas *live*
- 2) Setelah Penulis selesai *briefing*, maka Penulis akan diberikan *cue card* sebagai pedoman, sarana latihan dan mempersiapkan diri untuk menjadi MC pada saat *live* berlangsung.

3) Penulis menjadi MC pada saat acara berlangsung

3) Brand Launching

Selain itu pengalaman pertama *Brand Launching* ini tidak ditujukan kepada seseorang, namun dilakukan secara tim (membagi tugas secara rata), lain dari pada itu koordinasi antar divisi *Event Activation* dengan *Public Relations* Informa. Adapun pembagian tugas yang dilakukan oleh tim *Event Activation* adalah mempersiapkan kebutuhan teknis dalam pengoperasian via Zoom.

4) Syukuran dan Opening Store

Dalam hal ini Penulis membagi tugas dengan salah satu *senior* dalam divisi *Event Activation*, karena syukuran dan *opening* merupakan salah satu acara yang memiliki kebutuhan khusus. Adapun yang Penulis lakukan selama masa persiapan adalah:

- 1) Memastikan *platform* yang digunakan baik saat syukuran maupun *opening store*, biasanya pihak perusahaan menggunakan Zoom sebagai sarana bagi para *Board Of Directors* (BOD) untuk memberikan kata sambutan bagi toko yang bersangkutan.
- 2) Penulis melakukan pemeriksaan teknis sebelum acara dimulai.
- 3) Setelah Penulis melakukan pemeriksaan teknis terhadap acara, maka Penulis bertugas sebagai *monitoring* dan merekam acara syukuran maupun *opening store* melalui aplikasi Zoom Meeting.

3.2.2 Kendala yang Ditemukan

Pada praktik kerja magang yang dilakukan Penulis selama 60 hari, Adapun kendala yang Penulis alami:

- 1) Perbedaan besar *volume* audio dikarenakan adanya perbedaan produk *microphone* ketika *event Brand Launching*, juga *feedback*
- 2) Audio dan *speaker* ketika *split screen* sewaktu Instagram *live* berlangsung dengan narasumber atau *brand* lain
- 3) *Tracking* detail *Followers* Instagram Informa dan *Engagement rate* KOL

3.2.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemukan selama praktik kerja magang ini adalah:

- 1) Penulis awalnya melakukan *setting* terhadap *microphone* yang digunakan, namun tetap tidak bisa dikarenakan perbedaan *microphone*.

Akhirnya Penulis mengatasi secara manual, ketika narasumber di tempat Penulis berbicara maka Penulis akan mengecilkan suara dari *speaker monitor* dan mengeraskan *volume* suara *microphone* narasumber.

- 2) Biasanya *split screen* dilakukan karena posisi *videographer* akan *still* pada posisi tersebut, rekan kerja Penulis telah mencoba berbagai cara dengan *earphone* maupun *speaker* sebagai *monitor*, namun tetap tidak bisa.

Akhirnya Penulis memutuskan agar setiap *live split screen* tidak dilakukan dengan kamera yang *still*, namun melakukan *highlight* pada

- 3) Penulis memberikan sarana untuk *tracking detail followers* (instastatistics.com) dan *Engagement rate* KOL (socialblade.com) dan selalu digunakan sebagai patokan oleh tim *Event Activation* Informa.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA