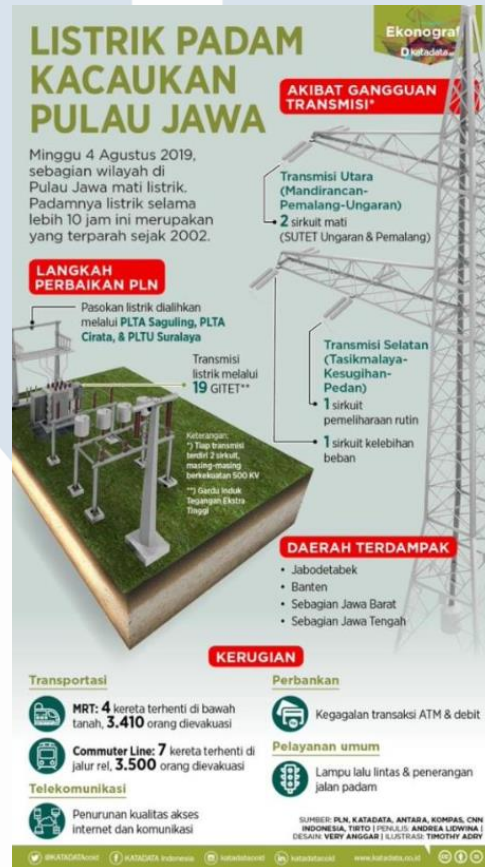


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang



Gambar 1.1 Padam Listrik di Jawa  
(Sumber: KataData, 2019)

Energi listrik dan telekomunikasi merupakan salah satu keperluan yang kerap dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Karena pada jaman sekarang ini tanpa energi listrik dan telekomunikasi yang lancar, maka masyarakat akan sulit untuk menjalankan aktivitas mereka sehari-hari dengan baik. Namun, Indonesia masih kerap mengalami banyak kendala terkait dengan energi listrik dan telekomunikasi. Pada tahun 2019 lalu pada tanggal 4 Agustus terjadi lagi pemadaman listrik di pulau Jawa dan kejadian ini merupakan tragedi pemadaman listrik paling buruk di Indonesia setelah urutan kejadian pemadaman listrik pada tahun 2002. Dikutip dari KataData, padamnya listrik

pada 4 Agustus 2019 lalu mengakibatkan banyak aktivitas masyarakat terhambat dan terganggu. Akibat dari tragedi ini yaitu pulau Jawa mengalami kerugian yang besar di beberapa sektor, diantaranya adalah sektor transportasi, di mana terdapat empat kereta MRT dan tujuh KRL yang terhambat aktivitasnya. Sektor telekomunikasi juga mengalami penurunan kualitas dalam akses internet dan komunikasi. Selain itu, sektor perbankan mengalami hambatan dalam aktivitas transaksi ATM. Terakhir, sektor pelayanan umum, yaitu lampu lalu lintas dan penerangan jalan mengalami pemadaman. (Pusparisa & Lidwina, 2019).

Lebih lanjut, dikutip dari KataData, Tribun News dan JatimNow bahwa pada tanggal 3 Februari 2023 lalu telah terjadi gangguan pasokan listrik di Madura. Penyebab dari gangguan tersebut adalah karena adanya gangguan pada *joinpit* di Bangkalan dan Surabaya, namun hal itu sudah sempat diperbaiki. (Rahman, 2023). Namun pada tanggal 14 Februari 2023, gangguan listrik kembali terjadi di Madura karena diindikasikan bahwa terdapat gangguan pada jalur sirkit listrik dan hal ini diupayakan oleh PLN untuk diperbaiki secara keseluruhan. (Faisol, 2023).

Mengetahui banyaknya tragedi pemadaman listrik dan telekomunikasi yang terjadi di Indonesia maka solusi permasalahan tersebut sangat dibutuhkan, yaitu menyediakan *generator set* dan *tower* untuk mengatasi permasalahan tragedi padam listrik dan telekomunikasi di Indonesia ini dengan baik. *Generator set* secara umum merupakan alat yang menghasilkan energi listrik untuk membantu menopang energi listrik yang dibutuhkan. *Generator set* ini berupa kumpulan dari seperangkat peralatan yang merupakan dari gabungan dua perangkat, yaitu mesin sebagai perangkat berputar dan *generator* atau disebut juga sebagai alternator sebagai perangkat pembangkit tenaga listrik. (Arief, 2019).

Sedangkan *tower* merupakan menara yang terbuat dari susunan dari pipa-pipa atau gabungan besi-besi panjang. *Tower* ini dimanfaatkan untuk penempatan antena, pemancar gelombang serta sebagai penerima gelombang komunikasi dan informasi dari berbagai wilayah. Dan biasanya, *tower* yang dibutuhkan secara spesifik untuk mengatasi kendala telekomunikasi adalah Base Transceiver System. Base Transceiver System ini merupakan salah satu infrastruktur telekomunikasi yang berfungsi untuk

memberi dan menerima gelombang yang dibutuhkan untuk komunikasi nirkabel antar perangkat komunikasi dan operator jaringan. (BatiKominfo, 2019).

Kedua perangkat tersebut telah disediakan dengan kualitas yang terbaik oleh PT Bach Multi Global, perusahaan tempat penulis melakukan praktik kerja magang. PT Bach Multi Global sudah berdiri dan berpengalaman dalam sektornya sejak tahun 2006, yang berawal sebagai distributor *generator set* merek Himoinsa dan Austin Power System. Dan PT Bach Multi Global sampai saat ini masih memegang posisi sebagai distributor *generator set* terbaik yang telah terbukti tentunya karena sudah banyak digunakan di aktivitas pembisnisan, gedung-gedung dan perindustrian, seperti; pertambangan batu, bara, pusat perbelanjaan, hotel, perkebunan kepala sawit, industri pertambangan, gedung apartemen, pabrik, bank, restoran, universitas, BUMN, dan lain-lain.

Penulis, sebagai mahasiswi ingin menjalankan program praktik kerja magang di PT Bach Multi Global karena perusahaan ini adalah *leading company* terbaik dalam sektornya. Hal ini terbukti dengan penghargaan-penghargaan resmi yang telah didapatkan oleh PT Bach Multi Global sebagai perusahaan distributor *generator set* terbaik dari tahun ke tahun, yaitu penghargaan dari Protelindo iForte STP, PT Ciputra Residence, Telkom infra dan lainnya. Selain itu, dibandingkan perusahaan kompetitor yang hanya berposisi sebagai distributor *engine generator set*, di sisi lain PT Bach Multi Global merupakan *sole-agent* satu-satunya dalam sektornya di Indonesia dimana artinya PT Bach Multi Global merupakan distributor produk *generator set* bukan hanya *engine*. Ditambah lagi, PT Bach Multi Global sudah memiliki satu *head office*, tiga kantor cabang dan satu gudang. Sedangkan, *head office* dan gudang milik kompetitor di gabung menjadi satu gedung. Hal tersebut menunjukkan bahwa PT Bach Multi Global merupakan perusahaan yang unggul dibanding kompetitor.

Terlebih lagi, pada setiap tahunnya PT Bach Multi Global mengadakan *event* pameran untuk melakukan komunikasi pemasaran guna untuk mempromosikan dan meningkatkan *awareness* perusahaan beserta dengan produk yang dijual dan disewakan. Pada *event* yang diadakan setiap tahunnya, PT Bach Multi Global selalu diminati oleh *target market* perusahaan, yaitu teknisi, pekerja tambang, pengusaha dan

lainnya, sehingga penulis tertarik untuk menjadikan perusahaan ini untuk melaksanakan program praktik kerja magang.

Menurut Handelman (1998), *event* adalah sarana untuk berkomunikasi yang membawa partisipan ke dalam versi tatanan sosial dengan cara yang relatif koheren. Lebih lanjut, aktivitas *event* adalah terlibatnya dalam pengurutan ide, masyarakat, lingkungan sekitar dan benda. Sebagai fenomena, hal-hal tersebut tidak hanya dapat dipahami secara kognitif namun juga dapat dijalani secara emosional. Oleh karena itu, hal-hal tersebut merupakan perangkat praksis yang menggabungkan cakrawala ideal dan nyata, untuk mendekatkan ideologi dan praktik, sikap dan tindakan. Handelman (1998) juga menjelaskan bahwa aktivasi *public events* bergantung pada praktik logika desain organisasinya (Girginov, Alexandris & Scheerder, 2023). Dalam dunia korporat jaman modern ini, aktivitas *event* merupakan aktivitas yang krusial untuk diikuti, karena jaman modern ini, *event* atau yang lebih spesifik disebut sebagai *corporate event* dalam dunia korporat, adalah kesempatan sebuah perusahaan untuk *sharing* mengenai merek, slogan, produk dan ide perusahaan tersebut sesuai dengan pengalaman dan cerita nyata perusahaan tersebut. Ini adalah peluang bagi pelaku bisnis, organisasi nirlaba, dan penyelenggara acara nirlaba untuk menunjukkan kepada *target market* mengenai identitas perusahaan dan apa yang mereka perjuangkan dalam jangka waktu yang terbatas. *Corporate event* juga satu-satunya peluang besar yang didapat banyak perusahaan setiap tahunnya untuk menyampaikan pesan penting kepada khalayak. (Alroy, 2023)

*Corporate events* dapat berfungsi sebagai alat dan senjata bagi perusahaan untuk melakukan pemasaran, yaitu melalui komunikasi pemasaran secara langsung pada saat *event* berlangsung. Saat ini, komunikasi pemasaran telah menjadi kebutuhan utama, bukan hanya sekedar peluang bagi berbagai perusahaan di dunia. Di kutip dari buku “Manajemen Komunikasi Pemasaran”, komunikasi pemasaran memegang peranan penting dalam kemampuan dan kapasitas perusahaan dalam berinovasi. Komunikasi pemasaran yang sukses memberikan respons kompetitif yang positif serta memberikan nilai tambah kepada pelanggan. (Banjarnahor, et al., 2021)

Melalui *corporate event*, PT Bach Multi Global mengadakan *corporate event* dalam bentuk *event marketing* untuk memasarkan produk dan jasa agar tetap dikenal

oleh konsumennya melalui komunikasi pemasaran sebagai senjata untuk meningkatkan dan menjaga *brand* dan *product awareness*, serta meningkatkan penjualan perusahaan. Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan berbagai teknik komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada orang banyak agar tujuan perusahaan tercapai, yaitu meningkatkan pendapatan atas pembelian produk dan penggunaan jasa yang ditawarkan.

Seperti yang sudah penulis jelaskan sebelumnya di atas, PT Bach Multi Global selalu mengadakan *event* pameran untuk mempromosikan dan meningkatkan *awareness target marketnya* terhadap produk-produk yang mereka jual dan distribusikan. Maka itu untuk menangani *event-event* yang diadakan dan diikuti, perusahaan membutuhkan tenaga kerja yang andil khusus untuk menata, membenahi dan mengemas *event* agar berjalan dengan lancar dan baik sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Dalam PT Bach Multi Global, tenaga kerja yang dibutuhkan tersebut disebut sebagai *strategic and media event planner*. *Strategic and media event planner* ini berperan dalam mempersiapkan berbagai kebutuhan pra-acara. Mulai dari membuat dan menentukan konsep umum, mengikuti *meeting external* dengan pemangku dan pemilik *event*, merencanakan *timeline*, *budgeting*, ide *event* yang akan diselenggarakan hingga bernegosiasi dengan vendor dan *supplier*.

Dari penjelasan di atas ini, maka dapat disimpulkan bahwa PT Bach Multi Global merupakan perusahaan yang relevan bagi penulis untuk menjalankan program praktik kerja magang. Terlebih lagi, PT Bach Multi Global bergerak di ruang lingkup nasional dimana hal ini dapat menjadi *benefit* bagi penulis agar dapat mendapatkan pengalaman kerja yang bergerak di ruang lingkup yang luas sehingga dapat mengasah kemampuan dan pengetahuan yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang**

Program praktik kerja magang yang dijalankan di PT Bach Multi Global oleh penulis memiliki tujuan:

1. Memahami peran *Strategic and Media Event Planner* di PT Bach Multi Global.
2. Mempraktikkan ilmu *special event* dan *event marketing* yang sudah di pelajari dan di dapatkan pada saat perkuliahan.



3. Mengasah *soft skill*, seperti komunikasi, *problem-solving* dalam menghadapi suatu masalah, serta kemampuan beradaptasi di lingkungan kerja.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan**

Waktu pelaksanaan praktik kerja magang mulai berlangsung dari bulan Juni 2023 hingga November 2023 dengan minimal enam ratus empat puluh jam kerja. Jam kerja magang yang ditentukan oleh perusahaan adalah pukul 08.30 WIB hingga 17.30 WIB selama lima hari kerja dalam seminggu, yaitu Senin hingga Jumat. Namun, jam kerja magang dapat sewaktu-waktu bertambah jika perusahaan membutuhkan penulis untuk bekerja di luar jam kerja yang sudah ditentukan.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan**

Prosedur pelaksanaan praktik kerja magang di PT Bach Multi Global adalah sebagai berikut:

1. Sebelum melaksanakan praktik kerja mahang, penulis membuat *Curriculum Vitae* dan *portfolio* serta mengajukan permohonan untuk melakukan praktik kerja magang kepada kampus melalui *website* [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id).
2. Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae*, *Portfolio* dan *Cover Letter* ke perusahaan tujuan penulis melaksanakan praktik kerja magang.
3. Kak Yusron, selaku HR dari PT Bach Multi Global memberikan respon atas pengajuan *Curriculum Vitae*, *portfolio* dan *Cover Letter* dengan menghubungi melalui WhatsApp pada bulan Juni 2023.
4. Setelah mendapatkan respons dari Kak Yusron selaku HR PT Bach Multi Global mengenai penerimaan penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang, penulis diminta untuk memulai praktik kerja magang pada 19 Juni 2023.
5. Tanggal 19 Juni 2023, penulis menandatangani surat kontrak perihal praktik kerja magang dari PT Bach Multi Global dan langsung memulai hari pertama praktik kerja magang. Selama menjalani praktik kerja magang,

penulis akan menjalani proses bimbingan dengan Kak Gilang Ramadhan Risadi selaku *supervisor* lapangan hingga praktik kerja magang dan laporan magang selesai.

