

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Menjalankan praktek kerja magang di VIVERE Collection sebagai *Marketing Offline Intern*, kedudukan dari peserta kerja magang berada di bawah *Headquarter* VIVERE Collection dengan pemberian arahan dari Lusitania Lintang selaku *Marketing Communication Head*. Sebagai bagian dari kegiatan ini, Lusitania Lintang sebagai *Marketing Communication Head* bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan semua pekerjaan di bagian pemasaran dan juga *event*. Dua karyawan bekerja di departemen pemasaran, Lusiana Lintang sebagai *Marketing Communication Head* dan dan Retika Ningsih sebagai *Marketing & Admin Care Head*.

Selama magang, penulis banyak berkoordinasi dan berpikir bersama dengan para *team marketing*. Selain itu, setiap bulan ada kesempatan untuk melakukan penelitian dan mencari ide, konsep, serta implementasi yang tepat selama kegiatan perencanaan konten untuk kebutuhan periklanan ini dilakukan secara teratur yang memimpin rencana tindakan substantif di masa depan, memantau setiap proses kerja yang dilakukan oleh magang, dan memberikan revisi dan saran untuk setiap pekerjaan magang.

Sebagai peserta magang, penulis memiliki banyak kesempatan untuk mempelajari dan mengimplementasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan pemasaran dan *event*. Selain itu, setiap bulan ada kesempatan untuk melakukan penelitian dan mencari ide, konsep serta implementasi yang tepat selama kegiatan perencanaan kegiatan untuk kebutuhan periklanan dan *event*.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Secara garis besar, tugas yang dilakukan oleh *Marketing offline intern* selama seratus (100) hari atau delapan ratus (800) jam kerja yaitu membantu *Team*

Marketing untuk menjalankan segala promosi maupun *campaign* yang sedang dilakukan dengan cara mempromosikan melalui berbagai *event* dan media sosial perusahaan.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Dalam melaksanakan kerja magang pada divisi *Marketing Communication Intern* di VIVERE, penulis banyak mengikuti *event-event* yang dibuat oleh VIVERE, tugas penulis dalam *event* yang dibuat oleh VIVERE terbagi menjadi 3 tahapan yaitu *pre event*, *event*, dan *post event*. Pada tahap *pre event* tugas penulis adalah mencari nama untuk *event*, mencari *influencer* untuk menjadi *host event*, dan mencari kegiatan untuk dijadikan aktivitas pada *event* tersebut. Pada tahap *event* tugas penulis adalah mengurus *vendor* yang bersangkutan dalam *event* seperti *vendor* makanan tamu, *vendor* percetakan untuk mengurus *Marketing Collateral* seperti *standing banner* dan *flying banner*, mengurus konsumsi panitia, menjalankan *showroom tour*, dan menjadi *runner* dan *usher* untuk tamu *event*. Dan pada tahap *post event* tugas penulis adalah membantu tim marketing dalam membuat laporan evaluasi hasil dari *event* yang sudah dilaksanakan berbentuk *power point*. Selain itu penulis juga mendapatkan kesempatan untuk belajar dan mendalami sekaligus *meng-explore* mengenai *copywriting* dan *event*.

Dalam pelaksanaan *event*, penulis ditugaskan untuk mengikuti segala rangkaiannya mulai dari *brainstorming*, eksekusi, hingga evaluasi. Menurut Jefkins (1999) dalam buku Wahyuni Pudjiastuti (2013) “SpecialEvent”, *event* merupakan salah satu acara yang harus sangat teliti dan matang sesuai dengan tahap perencanaan kegiatan *public relations* yaitu menganalisis situasi hingga evaluasi.

Dalam pelaksanaan tugas kerja magang, penulis mendapatkan banyak pembelajaran melalui mata kuliah *Special Event & Brand Activation* dimana dalam mata kuliah tersebut penulis mempelajari tahapan dalam membuat *event* mulai dari *pre event*, *event*, dan *post event* yang terealisasikan pada tugas kerja magang ini.

Sementara pada tugas lain dari magang ini, penulis melakukan *copywriting* dengan cara membuat rangkaian kata untuk dijadikan sebuah *caption* guna memenuhi postingan konten *instagram feeds* yang kemudian dikirimkan kepada admin *social media* beberapa *mall* melalui email untuk di *posting* di akun media sosial mall-mall tersebut.

Pada tugas kerja magang ini ada pula *hard skills* dan *soft skills* yang didapatkan oleh penulis dalam melaksanakan tugas kerja magang. *Hard skills* yang didapat yaitu penulis menjadi mahir mengoperasikan *google sheets*, *google slides*, *google docs* dan *canva*. *Hard skills* lainnya penulis dapat mengimplementasikan mata kuliah yang sudah diambil ke dalam dunia kerja. Sementara *soft skills* yang didapatkan adalah penulis dapat bekerja sama dengan *team marketing communication* dengan baik, mengembangkan kreativitas dalam membuat rancangan kegiatan untuk *event*, berpikir secara kritis dalam menemukan isu tertentu pada tugas magang.



3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Marketing Communication Intern Offline* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

A. *Pre Event*

Menurut Joe Goldblatt pada terdapat 5 tahapan dalam proses pembuatan *event* yaitu *research, design, planning, coordination, dan evaluation*. *Research, design, dan planning* termasuk ke dalam tahapan *Pre Event*. Pada tahapan *research* ditekankan pentingnya pengumpulan informasi yang cukup sebelum melaksanakan acara seperti, *target audience*, lokasi, tren saat ini, serta persyaratan khusus lainnya. Kemudian pada tahapan *design*, ditekankan tentang pengembangan konsep dan elemen kreatif acara. Hal ini melibatkan penentuan tema acara, dan merancang pengalaman yang unik dan menarik bagi peserta. Dan pada tahap *planning* ini melibatkan tentang tujuan acara, pemilihan tempat, pengelolaan vendor, serta aspek teknis lainnya. (Maulana Isyak, F., & Satrio Wijaksono, D. (2021)

Pada tahap *pre event* ini penulis membantu *Team Marketing* untuk membuat perencanaan *event-event* untuk promosi produk-produk perusahaan. Hal ini meliputi *brainstorming*, mencari tema dan nama untuk *event*, mencari *influencer* sebagai *host* pada *event*, mencari kegiatan-kegiatan menarik untuk menjadi *activity* pada *event*. Setelah proses perencanaan selesai, tugas penulis selanjutnya adalah berkomunikasi dengan pihak-pihak yang akan terlibat dengan *event* tersebut seperti contoh, menghubungi *vendor* makanan, menghubungi *vendor* percetakan, menghubungi *general assistance* untuk keperluan *sound system* acara dan juga mengurus izin pembuatan acara dan izin untuk loading barang kepada *Building Manager* untuk keberlangsungan *event* tersebut.

SURAT IZIN KELUAR MASUK BARANG

NAMA UNIT: VIVERE Home collection		UNIT NO/TANTAI: 10	
TYPE UNIT: <input type="checkbox"/> OFFICE <input type="checkbox"/> RETAIL		NAMA UNIT:	
NO	NAMA BARANG	JML	KETERANGAN
1	> Set up alat DJ Stero - 11.00	10	Peralatan DJ 1 set
2	Set up Umara F&B, cansap, wine - 11.00	10	Meja, peralatan makan & minum, wine kue anniversary
3	Cake Ann's BakeHouse - 15.00		kamera, printer
4	Loyal Photobooth - 15.30		3 pcs-Bride&groom-200x200-2m-
5	Bracket-photobooth		
6	Bracket TV	2	2 pcs Bracket TV
NAMA PEMBAWA BARANG: Umara Comeng, Jaganan Sejahtera Loyal Photobooth - 03 Str.		TANDATANGAN PEMOHON & ATAU CAP PERUSAHAAN	
NO. KENDARAAN:		 NAMA JEJAS: Lusitania Lintang	
HARI, TANGGAL, JAM PELAKSANAAN: Selasa, 18-07-2023			
Barang-barang tersebut di atas		<input type="checkbox"/> Dinyatakan untuk dibawa keluar gedung <input type="checkbox"/> Dinyatakan untuk dibawa masuk ke dalam gedung <input type="checkbox"/> Tidak dinyatakan untuk dibawa keluar gedung <input type="checkbox"/> Tidak dinyatakan untuk dibawa masuk ke dalam gedung	
TGL:  DEPT TR	TGL:  PETUGAS SECURITY	TGL:  PROPERTY MANAGER	
Catatan: 1. Ijin menggunakan lift barang akan diberikan setelah ada surat ijin yang telah disetujui oleh manager property 2. Pekerja naik/turun hanya diijinkan pada waktu-waktu di bawah ini & harus dilengkapi dengan kartu identitas Jadwal: Senin - Minggu Antara 08.30 s.d 22.00 WIB (sesuai jadwal pengoperasian lift barang) 3. Ijin pengangkutan barang harus diurus sehari sebelumnya pada jam kerja, barang keluar/masuk jam 22.00 s.d 08.00 WIB. Surat ijin harus diperhatikan pada Petugas Sekuriti yang bertugas di area lift barang/lobby lantai basement 4. Lift yang digunakan adalah lift barang yang telah ditentukan melalui lantai basement dengan tinggi maks 2.0 m, panjang maks 2.5 m, berat maks 1600 kg, dan lebar maks 1.4 m 5. Memasukan/mengeluarkan barang harus dilakukan secara bergiliran & menggunakan lift barang 6. Petugas Sekuriti berhak menolak memberi ijin apabila permintaan ijin telah melebihi kapasitas pada hari tsb 7. Tidak dibenarkan untuk memberikan imbalan jasa dalam bentuk apapun kepada Petugas Sekuriti 8. Untuk barang-barang yang menimbulkan kerusakan lantai, dinding dan lift, maka pembawa barang harus menyediakan pelindung 9. Apabila terdapat kerusakan dinding dan lift yang disebabkan oleh pihak pembawa barang dan/atau barang yg dibawa akan dituntaskan sendiri sesuai dengan biaya perbaikan dari kontraktor yang ditunjuk oleh pengelola 10. Apabila didapatkan pengangkutan barang tanpa mendapatkan ijin tertulis dan Pengelola Properti akan dikenakan sanksi dan denda 11. Di luar prosedur ini, tidak akan dibayar			

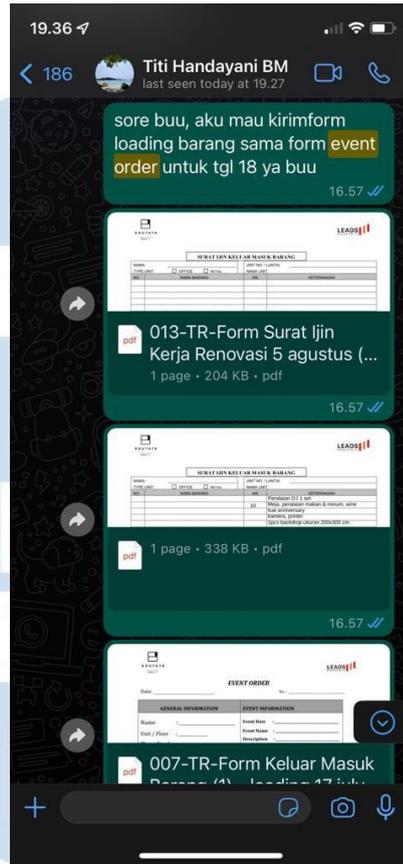
Form Keluar Masuk Barang Dept. TR Page 1 of 1

Gambar 3.3 Alur Koordinasi

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Pada gambar 3.3 penulis membuat surat izin kepada *Building Management* untuk keperluan keluar masuk barang-barang yang dibawa oleh *vendor*, setiap *event* penulis membuat dua surat izin yaitu surat izin pembuatan acara dan surat izin keluar masuk barang.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.4 Alur Koordinasi

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023



Gambar 3.5 Alur Koordinasi

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Pada gambar 3.4 dan 3.5, penulis berkomunikasi langsung dengan *Building Management* terkait perizian untuk membuat *event VIVERE*

B. Event

Menurut Joe Goldblatt (Maulana Isyak, F et al., 2021) pada tahapan *event* terdapat konsep *coordination* dimana ditekankan koordinasi yang efektif selama pelaksanaan acara. Hal ini meliputi manajemen waktu, koordinasi dengan vendor, pengawasan staf, dan pengelolaan sesuatu dari awal hingga akhir acara.

Dalam pelaksanaan *event*, tugas utama penulis adalah menerima tamu, menjadi *usher* dan *runner*, membantu membawakan *walking speaker* saat *showroom tour* sedang dilaksanakan, dan memastikan acara berjalan sesuai dengan *rundown*. Tugas lainnya yang dilakukan penulis sebelum *event* berlangsung adalah, melakukan *meeting* bersama divisi *general assistance* secara langsung di *venue* acara untuk penempatan barang-barang yang diperlukan selama *event* berlangsung seperti, meja-meja, kursi, dan *sound system*. Penulis juga membantu *vendor-vendor* dari luar perusahaan untuk *loading in* sebelum *event* dilaksanakan. Dalam beberapa *event* pameran, penulis juga bertugas untuk membantu *sales* membagikan brosur dan berinteraksi langsung dengan *customer*.

Event yang juga sering dilaksanakan oleh VIVERE yaitu berupa *event hosting* di Showroom terbesar mereka di Gedung SOUTH 78 Gading Serpong bersama *influencer* dan komunitas-komunitas di sekitar daerah Gading Serpong. *Event hosting* ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* kepada orang-orang dan juga meningkatkan penjualan produk VIVERE. Salah satu contoh *event hosting* bersama *influencer* yaitu VIVERE membuat event yang berjudul “*Explore the Beauty of Home with Selly Wilson*”. Dimana Selly Wilson mengundang teman-temannya yang juga *influencer* untuk datang ke *Showroom* VIVERE untuk mengenalkan produk-produk baru dan produk-produk unggulan dari VIVERE. Disini VIVERE memberikan *Showroom tour*, membuat kegiatan berupa *flower arrangement* untuk para tamu, dan membuat *instastory competition* dan *best dress competition* yang masing-masing pemenangnya akan mendapatkan hadiah hampers senilai 2 juta rupiah dari VIVERE.

Pada beberapa *event*, penulis juga ditugaskan sebagai *sales* dimana penulis berinteraksi secara langsung dengan konsumen-konsumen pada *event* tersebut. Penulis ditugaskan untuk membagikan *flyer* dan menjelaskan produk-produk dan promo yang sedang berlangsung pada perusahaan VIVERE.



Gambar 3.6 Rangkaian *Event*

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Pada gambar 3.6, penulis membantu mengarahkan *vendor* makanan ke *back area* atau tempat dimana mereka menyiapkan makanan dan minuman serta alat-alatnya untuk kebutuhan acara.



Gambar 3.7 Rangkaian *Event*

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Pada gambar 3.7, penulis bersiap sebagai *runner dan usher*, dimana *usher* bertugas untuk mengarahkan tamu ke tempat duduknya, kemudian setelah selesai penulis *stand by* sebagai *runner* yang bertugas untuk menyediakan kebutuhan panitia selama acara berlangsung.

C. Post Event

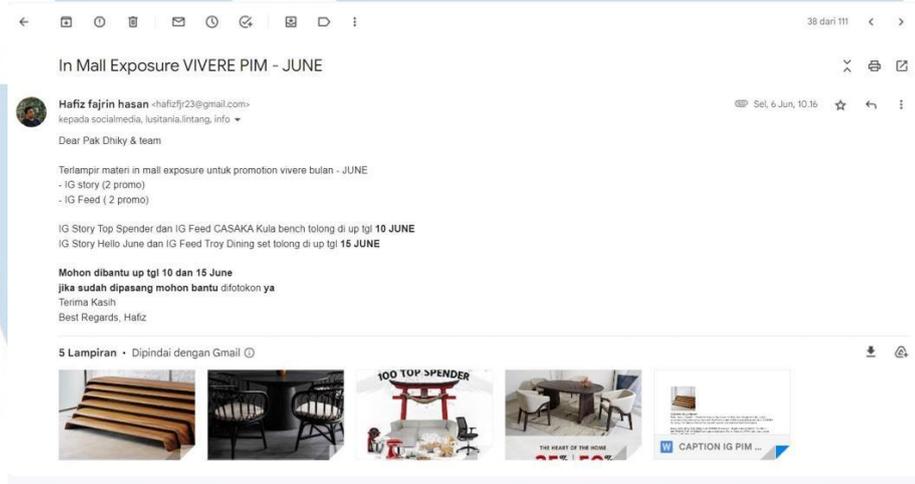
Menurut Joe Goldblatt (Maulana Isyak, F et al., 2021) pada tahapan *post event* terdapat konsep *evaluation* dimana Goldblatt menekankan pentingnya melakukan evaluasi setiap acara guna mengukur keberhasilan acara tersebut. Hal ini meliputi pengumpulan data, dan penilaian terhadap tujuan acara.

Pada tahap ini, penulis dan *team marketing communication* akan melakukan evaluasi dari *event* yang sudah selesai dilaksanakan. Evaluasi tersebut berupa *meeting* singkat setelah *event* berakhir dimana pada *meeting* tersebut membahas apakah kegiatan-kegiatan *event* sudah terlaksana dengan baik, kemudian membahas apakah ada kesulitan pada *job desc dan miss comm* saat pelaksanaan *event*. Setelah itu penulis akan membantu *team marketing communication* untuk membuat *monthly evaluation* berupa *power point* yang berisikan kegiatan promosi apa saja yang sudah dilakukan selama satu bulan ke belakang termasuk evaluasi dari *event-event* yang sudah dilaksanakan. Namun pada perusahaan VIVERE, tidak semua *event* diberikan evaluasi setelahnya, hanya beberapa *event* besar saja yang diberikan evaluasi.

Selain membantu *team marketing communication* membuat *event*, tugas lain dari penulis pada praktek magang ini adalah membuat *wording* berupa *caption* pada foto produk-produk VIVERE yang kemudian dikirim kepada *PIC* dari *mall-mall* yang bekerja sama dengan VIVERE untuk di *post* di akun *social media Instagram* milik mereka.

D. Membuat Caption

Penulis membuat *caption instagram* untuk konten-konten promosi di akun instagram *mall-mall* yang memiliki *showroom* VIVERE di dalamnya. Dalam hal ini, penulis harus bisa kreatif dalam membuat penulisan caption instagram untuk konten-konten promosi. Pada tahap ini penulis melakukan *research* untuk mencari inspirasi agar dapat menghasilkan penulisan *caption* yang baik dan memuaskan.



Gambar 3.1 *Copywriting Skills for Content Brief*

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

JUNE

IG STORY & DIGITAL POSTER: TOP SPENDER, HELLO JUNE



CASAKA KULA Bench

Kula means "family" in Sanskrit, inspired by the name Kula was designed to be a multi-purpose and space-saving furniture. And Kula is one of the sustainable products of CASAKA by using 70% timber from a tree log with special cut and treatment techniques.

Enjoy 30% off for KULA Bench at VIVERE Showroom, Pondok Indah Mall 3, 2nd Floor. Be VIVERE TOP SPENDER and get a chance to Win a Ticket to JAPAN and many more prizes, until 30th June.

The more you spend, the bigger your chance for you to win [#VIVERE20TH](#)
[#VIVERETopSpender](#)



RAYA Dressing Table : GMS

Inspired by the beauty and richness of Indonesian culture, the RAYA collection embraces both

Gambar 3.2 Copywriting Skills for Content Brief

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Pada gambar 3.1 dan 3.2 merupakan salah satu contoh *copywriting* yang penulis buat setiap bulannya selama praktek magang berlangsung, gambar 3.1 adalah tahapan dimana penulis mengirimkan *content brief* yang sudah dibuat melalui email kepada *admin social media mall*, contoh gambar yang penulis ambil adalah ketika penulis mengirimkan email kepada *admin mall* Pondok Indah Mall. Selain itu, penulis juga membuat *copywriting* setiap bulannya, pada gambar 3.2 penulis membuat *copywriting* untuk bulan Juni sebagai salah satu contoh.

Sesuai dengan pekerjaan yang sudah dijelaskan secara garis besar, berikut uraian kerja magang *Marketing Offline Intern* yang penulis kerjakan secara detail perbulan:

Table 3.1 Detail Kerja Per-Bulan

NO	MONTH	DUTIES/RESPONSIBILITIES
1	APRIL	<ul style="list-style-type: none"> Menjalankan <i>copywriting</i> untuk <i>social media mall</i> bulan April
2	MEI	<ul style="list-style-type: none"> Menjalankan <i>copywriting</i> untuk <i>social media mall</i> bulan Mei Menjalankan <i>Event</i> yaitu, <i>VIVERE FITFEST: Fun Pilates Mats</i>
3	JUNI	<ul style="list-style-type: none"> Menjalankan <i>copywriting</i> untuk <i>social media mall</i> bulan Juni Menjalankan <i>Event</i> yaitu, <i>Short Escape with VIVERE: Explore the Beauty of Home collection</i>
4	JULY	<ul style="list-style-type: none"> Menjalankan <i>copywriting</i> untuk <i>social media mall</i> bulan Juni Menjalankan <i>Event</i> yaitu, <i>Short Escape with VIVERE: Drive with MINI</i> Menjalankan <i>Event INDOBUILDTECH 2023 di ICE BSD</i> Menjalankan <i>Event Designer and Partner Gathering</i> Menjalankan <i>Event VIVERE TOP SPENDER</i>

3.3 Kendala dan Solusi dalam Kerja Magang

3.3.1 Kendala dalam Kerja Magang

Dalam proses kerja magang, penulis mengalami beberapa kendala, berikut beberapa kendala yang dialami oleh penulis:

1. Terdapat detail pengerjaan dalam proses kerja magang yang belum diajarkan dalam mata kuliah yang sebelumnya sudah penulis ambil yaitu menjadi sales dengan konsep personal selling dimana pada mata kuliah *Special Event & Brand Activation* tidak diajarkan materi personal selling.

3.3.2 Solusi dalam Kerja Magang

Berdasarkan beberapa kendala yang ada, penulis tentu cepat tanggap dalam menemukan solusinya, berikut penjelasannya:

1. Penulis meminta arahan bagaimana cara melaksanakan tugas menjadi seorang *sales* untuk dapat menjalankan *event* dengan baik secara *detail*. Penulis harus selalu siap sedia dan cepat tanggap dalam menjalankan tugas yang diminta oleh atasan untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan apa yang diinginkan.

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