



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

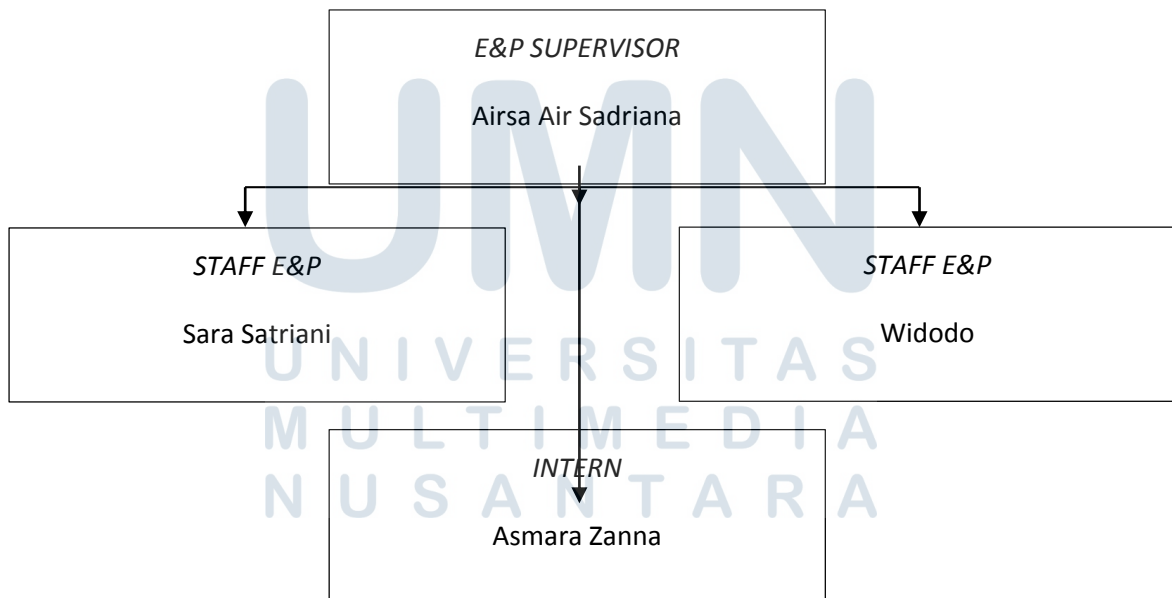
### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 KEDUDUKAN DAN KOORDINASI

Kedudukan penulis selama bekerja magang berada di divisi *event and promotion*. Di sini penulis dibimbing oleh *SPV* divisi *event and promotion* yaitu Bapak Airsa Air Sadriana dan Bapak Heru sebagai *SPV design*. Penulis juga dibimbing oleh Ibu Sara Satriani dan bapak Widodo yang merupakan staf dari *event and promotion*. Pekerjaan yang dilakukan penulis, berhubungan dengan *event and promotion* yang diadakan di Teraskota *Entertainment Center*.

**Bagan 3.1** Struktur Divisi *Event and Promotion* Teraskota *Entertainment*

*Center*



### 3.2 TUGAS YANG DILAKUKAN

Tugas yang dilakukan oleh penulis di sini adalah membantu setiap kegiatan atau *event* yang sedang berjalan di Teraskota *Entertainment Center*. Penulis membantu membuat perencanaan konsep *event-event* yang berlangsung. Mulai dari pembuatan proposal, *rundown* acara, dokumentasi, *MC* hingga eksekusi di lapangan. Selain itu, penulis juga membantu membuat surat izin dan surat *loading* barang. Penulis juga aktif mengunjungi *tenant-tenant* yang berada di Teraskota *Entertainment Center* untuk mengetahui promo apa yang sedang berlangsung untuk dibuatkan konten promo di sosial media Teraskota *Entertainment Center* (*Facebook, Instagram* dan *Path*) oleh Bapak Heru sebagai *SPV design* dan dibuatkan *adlibs* yang akan diumumkan oleh *Customer Service*.

Berikut penulis jabarkan laporan kerja mingguan yang dilakukan oleh penulis selama bekerja magang di Teraskota *Entertainment Center*

**Tabel 3.1** Realisasi Kerja Magang Mingguan

Minggu Ke -	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
1	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pengenalan kepada seluruh keluarga besar Teraskota <i>Entertainment Center</i>.</li><li>2. Mencari tau mengenai <i>legal</i> penggunaan aplikasi musik <i>spotify</i> dan <i>joox</i> untuk dipasang di mal</li><li>3. Dikenalkan dengan sosial media Teraskota <i>Entertainment Center</i></li><li>4. Mengantarkan majalah Infoserpong ke <i>tenant-tenant</i></li><li>5. <i>Marking</i> untuk kebutuhan bazaar</li><li>6. Mengaktifkan kembali sosial media <i>Path</i> Teraskota <i>Entertainment Center</i></li><li>7. Mengikuti <i>final meeting</i> dengan PT Bhinneka Putera Digdaya</li><li>8. Menulis MOM (<i>Minutes of Meeting</i>) dengan PT Bhinneka Putera Digdaya</li></ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>9. Menghadiri <i>event</i> Pegadaian untuk dokumentasi dan update di Insagram Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>10. Mempelajari dan membuat pembuatan <i>agreement</i> pameran yang akan dilaksanakan di Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>11. Membuat <i>list</i> sekolah-sekolah TK dan SD untuk keperluan sosialisasi <i>event</i> dan program</li> <li>12. Mengirimkan proposal dan surat penawaran lewat <i>email</i> ke beberapa sekolah untuk keperluan sosialisasi program</li> <li>13. Membantu <i>broadcast event-event</i> yang ada di Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>14. Mengunjungi beberapa sekolah untuk sosialisasi program “<i>Mini Trip</i>”</li> <li>15. Melakukan presentasi dengan klien (sekolah-sekolah) untuk program “<i>Mini Trip</i>”</li> </ol>
2	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat <i>Press Release</i> HUT Teraskota <i>Entertainment Center</i> yang ke-8</li> <li>2. Membuat Undangan untuk media-media untuk menghadiri HUT Teraskota <i>Entertainment Center</i> yang ke-8</li> <li>3. Dokumentasi <i>event Furniture Big Land</i></li> <li>4. Membagikan brosur HUT Teraskota <i>Entertainment Center</i> kepada <i>tenant-tenant</i>, sekaligus memberikan sosialisasi kepada <i>tenant</i> mengenai <i>event</i> apa saja yang sedang berlangsung pada saat HUT.</li> <li>5. <i>Canvassing</i> ke sekolah-sekolah untuk sosialisasi <i>event</i> lomba mewarnai bersama Koko Crunch</li> <li>6. Sosialisasi program “<i>Mini Trip</i>” ke sekolah-sekolah TK dan SD di Gading Serpong</li> </ol>

	<p>7. Membantu <i>follow-up</i> Bapak Wahyudin dan Ibu Sri selaku Ketua Yayasan Pundi Amal Bakti Ummat untuk konfirmasi kedatangan dan keikutsertaan anak-anak yayasan dalam HUT Teraskota <i>Entertainment Center</i> yang ke-8</p>
3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Meeting internal</i> untuk mempersiapkan acara HUT Teraskota <i>Entertainment Center</i> yang ke-8</li> <li>2. Menjadi <i>MC</i> di acara HUT Teraskota <i>Entertainment Center</i> yang ke-8</li> <li>3. <i>Meeting</i> dengan pihak RCTI untuk <i>event</i> nobar Arsenal vs Liverpool</li> <li>4. Dokumentasi <i>event Kids Club</i> bersama Kiddy</li> <li>5. <i>Meeting</i> kedua bersama RCTI <i>event</i> nobar Arsenal vs Liverpool</li> </ol>
4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Listing</i> daftar komunitas-komunitas untuk persiapan <i>event</i> tahunan Teraskota <i>Entertainment Center</i> yaitu “<i>Your Cozcommunity Places</i>”</li> <li>2. <i>Listing</i> daftar produk-produk makanan sehat dan klinik kecantikan untuk <i>event</i> “<i>Health and Beauty</i>” di Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>3. <i>Follow Up</i> komunitas dan <i>tenant-tenant</i> yang turut berpartisipasi dalam <i>event YCP</i> di Teraskota <i>Entertainment Center</i> dengan mengirimkan proposal dan surat penawaran melalui <i>email</i></li> <li>4. <i>Follow Up</i> klinik kecantikan dan <i>tenant-tenant</i> yang turut berpartisipasi dalam <i>event</i> “<i>Health and Beauty</i>” di Teraskota <i>Entertainment Center</i> dengan mengirimkan proposal dan surat penawaran melalui <i>email</i></li> </ol>
5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Meeting</i> bersama komunitas Tangsel <i>Art Movement</i> untuk hadir dan berpartisipasi dalam <i>event YCP</i></li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. <i>Briefing</i> untuk <i>event</i> “<i>Meet and Greet with Naya</i>” bersama <i>Kiddy</i></li> <li>3. Menjadi <i>MC</i> di <i>event</i> “<i>Meet and Greet with Naya</i>” bersama <i>Kiddy</i></li> </ol>
6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat kuesioner untuk <i>tenant</i> Century. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan seputar keberadaan century di mal Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>2. Menguji kuesioner dengan membagikannya kepada <i>customer</i> mal Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>3. Menyebarkan kuesioner kepada pengunjung mal Teraskota <i>Entertainment Center</i> sebanyak 150 lembar</li> <li>4. Menghitung hasil kuesioner</li> <li>5. Membuat <i>chart</i> hasil dari kuesioner tersebut dan melaporkan kepada <i>SPV</i></li> <li>6. <i>Follow-Up</i> komunitas Hijaber <i>United</i> untuk mengisi acara di <i>event</i> “<i>Health and Beauty</i>”</li> <li>7. <i>Meeting</i> bersama Mas Ipung selaku ketua dari komunitas Hijaber <i>United</i>.</li> </ol>
7	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Foto-foto sisi unik bangunan Teraskota <i>Entertainment Center</i> untuk dijadikan foto kalender di tahun 2018</li> <li>2. Memilih foto yang sesuai dan cocok untuk dijadikan gambar kalender Teraskota <i>Entertainment Center</i> tahun 2018</li> <li>3. <i>Meeting</i> dengan Ibu Ayu selaku kepala cabang klinik Estetika (klinik kecantikan) untuk berpartisipasi dalam <i>event</i> “<i>Health and Beauty</i>”</li> <li>4. <i>Meeting</i> dengan Bapak Ardi selaku pemilik <i>brand</i> kaos <i>New Spirit</i> untuk mengisi <i>booth</i> di acara <i>YCP</i></li> <li>5. <i>Meeting</i> dengan Bapak Budi selaku ketua komunitas <i>Cosplay</i> Tangerang untuk berpartisipasi dalam <i>event</i> <i>YCP</i></li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Membuat MOM (<i>Minutes of Meeting</i>) dari hasil <i>meeting</i> dengan komunitas <i>Cosplay</i> Tangerang</li> <li>7. Dokumentasi <i>event</i> CFD</li> <li>8. <i>Meeting</i> dengan <i>Floorz City</i> (komunitas <i>dance</i>) untuk berpartisipasi dalam <i>event</i> YCP</li> <li>9. Membuat MOM (<i>Minutes of Meeting</i>) dari hasil <i>meeting</i> dengan <i>Floorz City</i></li> </ol>
8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencari <i>tenant-tenant</i> untuk isi <i>booth</i> dan berpartisipasi di <i>event</i> YCP Teraskota <i>Entertainment Center</i>. (<i>searching</i> via internet)</li> <li>2. Menghubungi <i>Men's republic</i> untuk memastikan kesediaannya untuk mengisi <i>booth</i> di <i>event</i> YCP</li> <li>3. Menghubungi <i>printyuk.com</i> untuk memastikan kesediaannya untuk mengisi <i>booth</i> di <i>event</i> YCP</li> <li>4. <i>Follow-up</i> <i>Men's republic</i> untuk memastikan kesediaannya untuk mengisi <i>booth</i> di <i>event</i> YCP</li> <li>5. <i>Follow-Up</i> <i>Print yuk.com</i> untuk memastikan kesediaannya untuk mengisi <i>booth</i> di <i>event</i> YCP</li> <li>6. <i>Contact and Follow-up</i> <i>Popz 3D Ice Cream</i> via <i>email</i> dan <i>Whatsapp</i> untuk berpartisipasi membuka <i>booth</i> di <i>event</i> "Your <i>Cozcommunity Places</i>" Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>7. <i>Contact and Follow-up</i> <i>Barrack Bakery</i> via <i>email</i> dan <i>Whatsapp</i> untuk berpartisipasi membuka <i>booth</i> di <i>event</i> "Your <i>Cozcommunity Places</i>" Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>8. <i>Contact and Follow-up</i> <i>Lady Puff</i> via <i>email</i> dan <i>Whatsapp</i> untuk berpartisipasi membuka <i>booth</i> di <i>event</i> "Your <i>Cozcommunity Places</i>" Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> </ol>

1. *Contact and Follow-up* Batutara Perkusi via *email* dan *Whatsapp* untuk berpartisipasi membuka *booth* di event “*Your Cozymunity Places*” Teraskota *Entertainment Center*
2. *Contact and Follow-up Move* Tangsel (*Vespa* Tangsel) via *email* dan *Whatsapp* untuk berpartisipasi membuka *booth* di event “*Your Cozymunity Places*” Teraskota *Entertainment Center*
3. *Contact and Follow-up* Komunitas Arsa via *email* dan *Whatsapp* untuk berpartisipasi membuka *booth* di event “*Your Cozymunity Places*” Teraskota *Entertainment Center*
4. *Contact and Follow-up* komunitas Motor Beat via *email* dan *Whatsapp* untuk berpartisipasi membuka *booth* di event “*Your Cozymunity Places*” Teraskota *Entertainment Center*
5. *Contact and Follow-up* komunitas Ayla via *email* dan *Whatsapp* untuk berpartisipasi membuka *booth* di event “*Your Cozymunity Places*” Teraskota *Entertainment Center*
6. *Contact and Follow-up* komunitas Pengusaha Muda via *email* dan *Whatsapp* untuk berpartisipasi membuka *booth* di event “*Your Cozymunity Places*” Teraskota *Entertainment Center*
7. *Contact and Follow-up* komunitas KTM Indonesia via *email* dan *Whatsapp* untuk berpartisipasi membuka *booth* di event “*Your Cozymunity Places*” Teraskota *Entertainment Center*
8. *Contact and Follow-up* komunitas *Doodle Art* via *email* dan *Whatsapp* untuk berpartisipasi membuka *booth* di



	<p><i>event “Your Cozymunity Places” Teraskota Entertainment Center</i></p> <p>9. <i>Contact and Follow-up Komunitas SWAT Calisthenics via email dan Whatsapp untuk berpartisipasi membuka booth di event “Your Cozymunity Places” Teraskota Entertainment Center</i></p> <p>10. <i>Contact and Follow-up Komunitas Kremov Pictures via email dan Whatsapp untuk berpartisipasi membuka booth di event “Your Cozymunity Places” Teraskota Entertainment Center</i></p> <p>11. <i>Contact and Follow-up Komunitas Haliwu (sepeda BMX) via email dan Whatsapp untuk berpartisipasi membuka booth di event “Your Cozymunity Places” Teraskota Entertainment Center</i></p> <p>12. <i>Contact and Follow-up Komunitas Pandora Squad via email dan Whatsapp untuk berpartisipasi membuka booth di event “Your Cozymunity Places” Teraskota Entertainment Center</i></p> <p>13. <i>Contact and Follow-up Komunitas Kopi Hitam via email dan Whatsapp untuk berpartisipasi membuka booth di event “Your Cozymunity Places” Teraskota Entertainment Center</i></p> <p>14. <i>Contact and Follow-up Komunitas Kopi Tangsel via email dan Whatsapp untuk berpartisipasi membuka booth di event “Your Cozymunity Places” Teraskota Entertainment Center</i></p> <p>15. <i>Contact and Follow-up Komunitas Lebah via email dan Whatsapp untuk berpartisipasi membuka booth di event “Your Cozymunity Places” Teraskota Entertainment Center</i></p>
--	---

	<p>16. <i>Contact and Follow-up</i> Komunitas Komik Indonesia via <i>email</i> dan <i>Whatsapp</i> untuk berpartisipasi membuka <i>booth</i> di <i>event</i> “<i>Your Cozymunity Places</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i></p> <p>17. <i>Contact and Follow-up</i> Komunitas Tabrak Warna via <i>email</i> dan <i>Whatsapp</i> untuk berpartisipasi membuka <i>booth</i> di <i>event</i> “<i>Your Cozymunity Places</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i>.</p>
<p>10</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Meeting</i> dengan Kepala Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Anak untuk keperluan <i>event</i> “<i>Health and Beauty</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>2. <i>Contact and Follow-up</i> Kepala Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Anak untuk keperluan <i>event</i> “<i>Health and Beauty</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>3. <i>Meeting</i> dan diskusi mengenai penawaran kerjasama komunitas <i>Womanpreneur</i> di bulan November</li> <li>4. <i>Contact and Follow-up</i> Komunitas Kelas Puisi via <i>email</i> dan <i>Whatsapp</i> untuk berpartisipasi membuka <i>booth</i> di <i>event</i> “<i>Your Cozymunity Places</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i>.</li> <li>5. Menjadi <i>MC</i> di <i>event</i> “<i>Health and Beauty</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>6. Dokumentasi acara di <i>event</i> “<i>Health and Beauty</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>7. Menjadi <i>MC brand</i> Javara di <i>event</i> “<i>Health and Beauty</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> <li>8. Menjadi <i>MC</i> Ifat Syaukani di <i>event</i> “<i>Health and Beauty</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> </ol>

	<p>9. Membuat surat <i>loading</i> barang untuk <i>tenant-tenant</i> yang membuka <i>booth</i> di event “<i>Health and Beauty</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i></p>
11	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat surat <i>loading</i> barang untuk <i>tenant-tenant</i> yang membuka <i>booth</i> di event “<i>Your Cozymunity Places</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i>.</li> <li>2. Menghias <i>souvenir</i> dan piagam untuk para <i>tenant</i> dan komunitas yang hadir dan berpartisipasi di event “<i>Your Cozymunity Places</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i>.</li> <li>3. Menghias <i>souvenir</i> dan piagam untuk para <i>tenant</i> dan komunitas yang hadir dan berpartisipasi di event “<i>Health and Beauty</i>” Teraskota <i>Entertainment Center</i></li> </ol>
12	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dokumentasi event “<i>Your Cozymunity Places</i>” untuk komunitas Kelas Puisi dan <i>Diecast</i></li> <li>2. Dokumentasi dan <i>MC</i> event “<i>Your Cozymunity Places</i>” untuk komunitas Brosur Mobil Indonesia (INABROCCO)</li> <li>3. Dokumentasi event “<i>Your Cozymunity Places</i>” untuk komunitas Teraskustik</li> <li>4. Dokumentasi dan <i>MC</i> event “<i>Your Cozymunity Places</i>” untuk komunitas <i>Pandora Squad</i></li> <li>5. Dokumentasi event “<i>Your Cozymunity Places</i>” untuk komunitas <i>SWAT Calisthenics</i></li> <li>6. Dokumentasi event “<i>Your Cozymunity Places</i>” untuk komunitas <i>Kremov Pictures</i></li> <li>7. <i>Meeting</i> bersama <i>Sophos School</i> untuk program “<i>Mini Trip</i>” dan event <i>Christmas</i> di bulan Desember</li> <li>8. <i>Meeting</i> bersama <i>Yamaha Music School</i> untuk event <i>Christmas</i> di bulan Desember</li> </ol>

	9. Membuat MOM ( <i>Minutes Of Meeting</i> ) dari hasil <i>meeting</i> bersama Yamaha Music School.
--	---

**Tabel 3.2** Ringkasan Deskripsi Pekerjaan Event “Your Cozymunity Places”

Aktivitas	Minggu												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Membuat perencanaan event “Your Cozymunity Places”													
Mencari informasi komunitas-komunitas lewat internet													
Follow-up komunitas-komunitas yang ingin berpartisipasi dalam event “your cozymunity places”													
Meeting bersama komunitas Tangselart Movement													

<p><i>Meeting</i> dengan komunitas <i>Cosplay</i> Tangerang</p>													
<p><i>Meeting</i> dengan komunitas <i>floorzcity</i></p>													
<p>Mencari <i>tenant</i> untuk mengisi booth di <i>event "Your Cozcommunity Places"</i></p>													
<p><i>Follow-up</i> <i>tenant-tenant</i> yang ingin mengisi <i>booth</i> di <i>event "Your Cozcommunity Places"</i></p>													
<p>Membuat surat <i>loading</i> barang untuk <i>tenant</i> yang membuka <i>booth</i> di <i>event "your</i></p>													

<i>cozymunity places”</i>														
Melakukan dokumentasi pada saat <i>event</i> berlangsung														
Menjadi MC disaat <i>event</i> berlangsung														

### 3.3 URAIAN PELAKSANAAN KERJA MAGANG

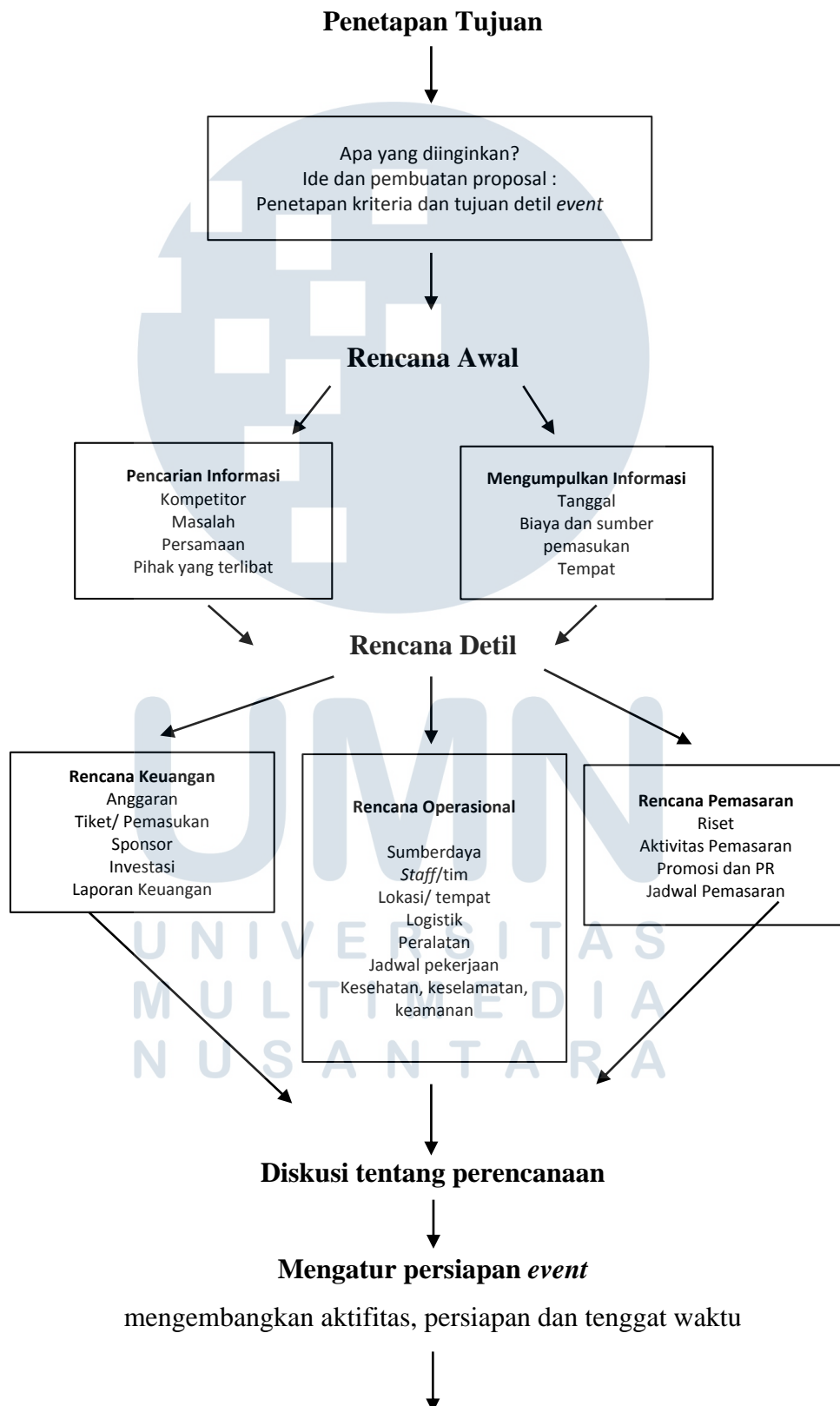
Di sini penulis akan menguraikan seluruh kegiatan pelaksanaan kerja magang. Penulis membagi pekerjaan magang menjadi dua bagian, yaitu pekerjaan utama (tugas utama) dalam bekerja magang, di mana di sini penulis terlibat penuh dalam pelaksanaan *event* dan tugas tambahan, yang mana penulis tidak terlibat secara penuh dalam pelaksanaan *event* dan menuliskan pekerjaan sehari-hari penulis selain dalam pelaksanaan *event*.

#### 3.3.1 Tugas Utama Proses Perencanaan dan Pelaksanaan *Event* “*Your Cozymunity Places*”

##### 3.3.1.1 Perencanaan *Event* “*Your Cozymunity Places*”

Menurut Any Noor (2013: 129) Dalam mengelola suatu kegiatan tentunya diperlukan strategi. Strategi yang tepat hanya dapat dilakukan apabila penyelenggara *event* mengetahui dengan pasti tujuan diselenggarakannya *event*. Menurut Shone dan Parry (2002) di dalam buku *Manajemen Event*, Any Noor (2013: 135) kerangka proses perencanaan *event* adalah sebagai berikut :

**Bagan 3.2** Perencanaan *event* menurut Any Noor (2013:135)



### Penyelenggaraan *event*

Operasional, control dan pelaksanaan



### Legalitas

Penutupan, evaluasi, masukan, arsip dan penyerahan

Dalam perencanaan konsep *event*, di sini penulis bersama dengan divisi *event and promotion* Teraskota *Entertainment Center* melakukan *meeting* mengenai *event* yang akan diadakan. Pada tahap awal perencanaan *event*, menurut Any Noor (2013:134) diperlukan penetapan tujuan sebagai awal dalam merancang perencanaan *event*. Berikut penulis sisipkan tabel penetapan tujuan dari *event* “*Your Cozymunity Places*”.

**Tabel 3.3** Perencanaan *Event* Menurut Any Noor (2013:134)

Penetapan Tujuan	Nama <i>Event</i> : “ <i>Your Cozymunity Places</i> ”
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Apa yang diinginkan?</li><li>2. Ide dan pembuatan Proposal?</li><li>3. Penetapan kriteria dan tujuan detil <i>event</i>?</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menginginkan hubungan yang lebih erat dan dekat dengan komunitas-komunitas yang ada di Tangerang &amp; Tangerang Selatan.</li><li>2. Tema dari <i>event</i> ini adalah <i>cozymunity places</i>.</li><li>3. Tujuan <i>event</i> : mempererat hubungan dengan komunitas dan sebagai wadah</li></ol>



	berkumpulnya komunitas di mal Teraskota <i>Entertainment Center.</i>
--	---

Penetapan tujuan ini merupakan tahapan awal dalam perencanaan *event*. Di dalam penetapan tujuan ini, penulis dan tim dari divisi *event and promotion* melakukan *brainstorming* mengenai acara yang akan diselenggarakan. “*Your Cozcommunity Places*” merupakan acara tahunan mal Teraskota *Entertainment Center*. Di dalam *event* ini, mal Teraskota *Entertainment Center* mengundang komunitas-komunitas yang ada di Tangerang dan Tangerang Selatan untuk bergabung dalam *event* “*Your Cozcommunity Places*”. Komunitas jenis apa saja bebas bergabung dalam *event* ini. Dengan adanya *event* ini, diharapkan mal Teraskota *Entertainment Center* yang memiliki konsep *cozcommunity places* atau tempat kumpul yang nyaman bagi komunitas ini bisa merealisasikan konsepnya sebagai wadah bagi komunitas untuk bisa saling berkumpul dan *sharing* mengenai komunitasnya. Selain itu, para komunitas bisa menunjukkan hasil karya ataupun melakukan demo di *event* tersebut. Keterlibatan penulis dalam penetapan tujuan ini tidak banyak, dikarenakan *event* ini merupakan *event* tahunan yang mana setiap tahun pasti diselenggarakan.

Setelah melakukan *brainstorming* mengenai penetapan tujuan, penulis dan tim dari *event and promotion* mal Teraskota *Entertainment Center* melakukan perencanaan di tahap awal, atau yang disebut rencana awal. Rencana awal terbagi dalam dua tahap, yaitu pencarian informasi yang meliputi kompetitor, masalah, persamaan dan pihak yang terlibat. Tahap kedua dari rencana awal yaitu mengumpulkan informasi yang meliputi tanggal, biaya dan sumber pemasukan dan

tempat. Berikut penulis sisipkan tabel rencana awal *event* “*Your Cozcommunity Places*” :

**Tabel 3.4** Rencana Awal *Event*

<b>Rencana Awal Penyelenggaraan <i>Event</i> “<i>Your Cozcommunity Places</i>” mal Teraskota <i>Entertainment Center</i></b>	
<p>Pencarian Informasi :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kompetitor</li> <li>2. Masalah</li> <li>3. Persamaan</li> <li>4. Pihak yang terlibat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kompetitor : Summarecon <i>Mall</i> Serpong, AEON <i>Mall</i>, <i>Living World</i> Alam Sutera.</li> <li>2. Keterbatasan tempat dan dana.</li> <li>3. Belum ada mal yang mengadakan <i>event</i> komunitas.</li> <li>4. Divisi <i>event and promotion</i>, peserta (komunitas) dan pihak <i>security</i> dari mal Teraskota <i>Entertainment Center</i>.</li> </ol>
<p>Mengumpulkan Informasi :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tanggal</li> <li>2. Biaya dan sumber pemasukan</li> <li>3. Tempat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 29 September-8 Oktober 2017</li> <li>2. Sumber pemasukan dari penjualan <i>booth</i> dan anggaran <i>event</i> mal Teraskota <i>Entertainment Center</i>.</li> </ol>

	3. Mal Teraskota <i>Entertainment Center</i>
--	---

Dalam rencana awal *event* ini, penulis mencari informasi mengenai kompetitor yang ada. Kompetitor mal Teraskota *Entertainment Center* adalah Summarecon Mall Serpong, *Living World* Alam Sutera dan AEON Mall. Ketiga mal di atas memiliki lokasi yang dekat dengan mal Teraskota *Entertainment Center*. Selain itu, ketiga mal di atas juga memiliki *event-event* yang tidak kalah menarik dari mal Teraskota *Entertainment Center*. Namun, ketiga mal di atas belum pernah mengadakan *event* serupa. Hal ini menjadikan peluang untuk mal *Teraskota Entertainment Center* untuk mengadakan *event* komunitas. Setelah mencari informasi mengenai kompetitor, selanjutnya menganalisis masalah apa yang dapat menghambat jalannya *event*. Tim dan penulis menemukan beberapa masalah diantaranya adalah kecilnya *main atrium* mal Teraskota *Entertainment Center* yang tidak memungkinkan komunitas-komunitas untuk membawa beberapa barang atau perlengkapan yang terlalu besar. Selain itu, adalah keterbatasan dana yang tidak memungkinkan *event* ini mendatangkan bintang tamu dan membuat dekorasi yang mewah.

Persamaan *event* “*Your Cozcommunity Places*” dengan kompetitor sejauh ini tidak ada. Karena kompetitor tidak mengadakan *event* yang serupa di tahun 2017 ini.

Pihak yang terlibat dalam *event* ini adalah divisi *event and promotion* dari mal Teraskota *Entertainment Center*, *security* mal Teraskota *Entertainment Center*, pengisi *booth* seperti printyuk.com, hijaber *united*, *STRIPE*, BSA, *Friendly Dental Care*, *Urban Living*, Yamaha, Pong-Pong dan juga peserta yaitu komunitas.

Selanjutnya ke tahapan pengumpulan informasi. Di sini, penulis mencari informasi mengenai tanggal, biaya dan sumber pemasukan serta tempat pelaksanaan *event*. Tanggal yang ditentukan

adalah tanggal 29 September-8 Oktober 2017. Biaya dan sumber pemasukan berasal dari dana yang disediakan mal Teraskota *Entertainment Center* dan penjualan *booth*. Tempat pelaksanaan *event* berada di mal Teraskota *Entertainment Center*, yaitu di *main atrium (indoor)* dan *amphitheater (outdoor)*. Dibagi menjadi dua tempat dikarenakan terdapat beberapa komunitas yang membawa barang-barang besar yang tidak memungkinkan untuk dimasukkan kedalam *main atrium* mal.

Setelah selesai menentukan perencanaan awal, penulis akan menganalisis tahap berikutnya yaitu rencana detil. Di dalam rencana detil ini terdapat tiga bagian perencanaan, yaitu rencana keuangan yang meliputi anggaran, tiket atau pemasukan, sponsor, investasi dan laporan keuangan. Setelah rencana keuangan, terdapat rencana operasional yang meliputi sumberdaya, staf/tim, lokasi, logistik, peralatan, jadwal pekerjaan, kesehatan, keselamatan dan keamanan. Terakhir, yaitu tahap rencana pemasaran yang meliputi riset, aktivitas pemasaran, promosi dan *PR*, dan jadwal pemasaran.

Dimulai dari rencana keuangan, anggaran untuk penyelenggaraan *event* ditentukan oleh divisi *event and promotion*. Untuk *event* ini tidak dibebankan biaya tiket untuk pengunjung. Di dalam *event* ini juga tidak ada sponsor dan investasi. Untuk laporan keuangan, penulis tidak diberikan data laporan keuangan, laporan keuangan langsung ditangani oleh *SPV* dan staf dari divisi *event and promotion*.

Bidang operasional *event* secara detil harus menyusun rencana operasional seluruh kebutuhan penyelenggaraan *event*, yang termasuk dalam penyusunan tersebut adalah kebutuhan akan sumberdaya, staf atau tim yang akan terlibat (Any Noor, 2013:133). Sumberdaya berasal dari anggota divisi *event and promotion* mal Teraskota *Entertainment Center*, juga oleh peserta. Terdapat komunitas yang ikut serta dalam *event* ini yaitu komunitas *SWAT calisthenics*, komunitas *dance Floorz*

*City*, komunitas *Kremov Pictures*, komunitas *digital art* Pandora *Squad*, komunitas *vespa Move* Tangsel, komunitas Kelas Puisi, komunitas Teraskustik, komunitas *diecast*, Komunitas Brosur Mobil, komunitas KTM Indonesia, komunitas Tangerang Otaku *Community* dan komunitas Kopi Tangsel. Lokasi berada di *main atrium* dan *amphitheater* mal Teraskota *Entertainment Center*. Peralatan yang dibutuhkan mencakup *microphone*, *sound system*, proyektor, *lighting*, serta peralatan khusus yang dibawa oleh peserta seperti *pull up bar* untuk komunitas *calisthenics*, peralatan *drawing* yang dibawa oleh komunitas Pandora *Squad* dsb. Jadwal pekerjaan ditentukan oleh *SPV event and promotion*. Di dalam satu *event* minimal terdapat dua orang yang *incharge* untuk mengawasi jalannya acara dan untuk dokumentasi acara. Keamanan ditanggung oleh *security* mal Teraskota *Entertainment Center*.

Bagian pemasaran merupakan bagian yang tidak kalah penting dari bagian lain. Hal ini akan berhubungan dengan jumlah pengunjung atau peserta pada *event* yang akan diselenggarakan (Any Noor, 2013:134). Riset termasuk dalam perencanaan detail yang merupakan bagian dari rencana pemasaran. Riset digunakan untuk mencari informasi mengenai *event*. Siapakah yang akan menjadi sasaran *event*?, siapakah peserta *event*? serta informasi-informasi lain yang penting untuk keberhasilan *event*. Di sini penulis mencari informasi lewat internet. Penulis mencari kontak komunitas-komunitas yang berada di Tangerang dan Tangerang Selatan. Selain itu, penulis juga menghubungi komunitas tersebut lewat *whatsapp*. Penulis mengundang 24 komunitas yang ada di Tangerang dan Tangerang Selatan. Namun, hanya 13 komunitas yang ikut serta dalam *event* “*Your Cozymunity Places*”. Berikut penulis sisipkan tabel yang berisi daftar nama komunitas yang diundang oleh penulis.

**Tabel 3.5** Daftar nama komunitas yang diundang oleh penulis

<b>Daftar Komunitas</b>	<b>Kehadiran Komunitas</b>
1. Kelas Puisi	Hadir
2. <i>Diecast</i>	Hadir
3. <i>Hijaber United</i>	Hadir
4. <i>Floorz City</i>	Hadir
5. Komunitas Brosur Mobil	Hadir
6. Teraskustik	Hadir
7. <i>Pandora Squad</i>	Hadir
8. <i>SWAT Calisthenics</i>	Hadir
9. KTM Indonesia	Hadir
10. <i>Kremov Pictures</i>	Hadir
11. Tangerang Otaku <i>Community</i>	Hadir
12. Kopi Tangsel	Hadir
13. <i>Move</i> Tangsel	Hadir
14. Komunitas Haliwu	Tidak hadir
15. Komunitas Kopi Hitam	Tidak hadir
16. Komunitas Lebah	Tidak hadir
17. Komunitas Batutara Perkusi	Tidak hadir
18. Komunitas Arsa	Tidak hadir
19. Komunitas Masyarakat Komik Indonesia	Tidak hadir
20. Komunitas Tabrak Warna	Tidak hadir
21. Komunitas Lebah	Tidak hadir
22. Komunitas Motor Beat	Tidak hadir
23. Komunitas Ayla Indonesia	Tidak hadir

24. Komunitas Muda	Pengusaha	Tidak hadir
-----------------------	-----------	-------------

Aktivitas pemasaran, promosi dan PR yang dilakukan oleh penulis juga tim *event and promotion* seperti mengirimkan proposal *event* dan surat penawaran kerjasama untuk mengisi acara dan membuka *booth* di Teraskota Entertainment Center.

**Gambar 3.1** Surat Penawaran Kerjasama isi Acara event “Your Cozymunity Places”



Selain itu juga lewat sosial media, seperti *instagram*. Lewat *instagram*, *customer service* mengunggah konten yang berisi informasi mengenai *event*.

**Gambar 3.2** Konten *event Your Cozymunity Places* di *Instagram*



Penulis dan tim *event and promotion* juga bantu *broadcast* lewat sosial media seperti *line*, *whatsapp*, *facebook* untuk menambah *awareness* publik mengenai *event "Your Cozymunity Places"*. Jadwal pemasaran yang dilakukan oleh tim divisi *event and promotion* adalah dua bulan sebelum *event* diselenggarakan.

Tahapan keempat dalam perencanaan *event* adalah mengatur persiapan *event*. Menurut Any Noor (2013:134) tahapan selanjutnya adalah mengatur persiapan *event* dengan selalu berpedoman pada tujuan dan tenggat waktu yang telah ditetapkan. Dalam mempersiapkan *event*, penulis terjun langsung ke lapangan. Penulis ikut mempersiapkan kebutuhan peserta, seperti mempersiapkan *goodie bag* untuk para komunitas yang turut meramaikan acara, membantu menghias piagam dan menghias *souvenir* sebagai tanda terima kasih mal Teraskota *Entertainment Center* kepada komunitas-komunitas yang hadir serta peralatan-peralatan yang dibutuhkan oleh peserta. Setelah mengatur persiapan *event*, tahap selanjutnya adalah penyelenggaraan *event*. Di sini, penulis terlibat sebagai *MC* dan dokumentasi *event* yang sedang berlangsung.



Tahap akhir dari proses perencanaan *event* adalah evaluasi. Pada tahap akhir juga perlu dilakukan evaluasi terhadap penyelenggaraan *event* tersebut. Hal ini untuk mengetahui apakah *event* dengan jenis yang sama dapat diselenggarakan pada masa yang akan datang, atau apakah *event* tersebut perlu dirubah formatnya (Any Noor, 2013: 134). Sayangnya, dalam *event* ini divisi *event and promotion* tidak melakukan evaluasi acara. Sehingga, keberhasilan atau *goals* yang ingin dicapai tidak dapat diukur. Keberhasilan *event* hanya diukur berdasarkan jumlah pengunjung yang datang. Menurut penulis, hal ini tidak sesuai dengan konsep perencanaan *event* menurut Any Noor yang sebelumnya sudah penulis paparkan di atas.

### **3.3.1.2 Pelaksanaan *Event “Your Cozymunity Places”***

Penyelenggaraan *event* yang efektif menurut Shone dan Parry (2002); Rogers (2003) di dalam buku Noor (2013: 140) untuk memudahkan *event* dapat diselenggarakan dengan baik, maka ada beberapa pertanyaan dasar yang harus dijawab:

1. Kenapa harus diselenggarakan *event*?
2. Siapa yang akan terlibat dalam proses penyelenggaraan *event*?
3. Informasi atau riset apa saja yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan pada penyelenggaraan *event*?
4. Informasi apa saja yang dibutuhkan untuk terselenggaranya kegiatan tersebut?
5. Bagaimana *event* akan diselenggarakan?
6. Dimanakah *event* akan diselenggarakan?
7. Kapan *event* akan diselenggarakan?

Dari beberapa pertanyaan di atas dapat menjadi tolak ukur keberhasilan suatu *event*. Penyelenggara *event* di sini yaitu *event and promotion* mal Teraskota *Entertainment Center* perlu mengetahui alasan penyelenggaraan *event*. “*Your Cozymunity Places*” yang merupakan *event* tahunan mal Teraskota *Entertainment Center* diadakan setiap tahunnya sebagai wadah komunitas-komunitas terutama yang berada di Tangerang

dan Tangerang Selatan untuk dapat tampil mengekspresikan diri dan meningkatkan *awareness* publik mengenai eksistensi mereka. Menurut Any Noor (2013:140) hampir sama dengan tujuan *event* Perlu juga diketahui siapa-siapa saja yang terlibat dalam *event* yang akan dilaksanakan. Di sini, tentunya adalah tim dari *event and promotion* mal Teraskota *Entertainment Center* dan peserta (komunitas). Informasi-informasi yang diperlukan juga penting demi kelancaran *event*. Konsep acara yang ditentukan juga akan memperjelas *event* tersebut tentang apa dan bagaimana proses penyelenggaraan *event*.

Di dalam pelaksanaan *event* ini, penulis juga turut membantu dokumentasi *event* yang berlangsung. Canton dalam Ardianto (2009: 29) menyatakan bahwa citra atau *image* adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan yang sengaja dibentuk dari suatu objek, orang atau organisasi. Dari pengertian di atas dapat penulis simpulkan bahwa pentingnya dokumentasi adalah sebagai kesan yang ingin diciptakan oleh Teraskota *Entertainment Center* kepada publiknya.

Selain itu, penulis diminta oleh *SPV event and promotion* untuk menjadi *MC* atau *master of ceremony*. *MC* atau yang biasa dikenal sebagai pembawa acara menurut Wiyanto dan Astuti (2002:2) adalah orang pertama yang berbicara dalam suatu acara. Sebagai pembawa acara, dia harus bisa menarik perhatian hadirin untuk segera merasa terlibat dalam pertemuan itu. Kalau upaya ini gagal, jalannya acara menjadi hambar, tidak berkesan dan mengecewakan. Sebaliknya bila pembawa acara pandai menguasai dan mengasyiki hadirin, maka acara menjadi lancar dan menyenangkan. Dengan demikian kesuksesan sebuah acara berada di tangan pembawa acara (Wiyanto dan Astuti, 2002:2).

Pada saat menjadi pembawa acara, penulis dibimbing oleh *SPV event and promotion* untuk dapat meramaikan acara yang sedang berlangsung di Teraskota *Entertainment Center*. Di sini, penulis diajarkan untuk mengatur intonasi bicara, cara melakukan sambutan, dan cara berkomunikasi yang baik dengan audiens.

Kegiatan *MC* ini termasuk dalam kegiatan *public speaking* yang penulis dapatkan di masa perkuliahan. Menurut Khan (2010: 49) *Public speaking* merupakan metode sukses untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *public speaking* merupakan cara seseorang untuk berbicara di depan orang banyak. *Public speaking* merupakan kemampuan seseorang untuk dapat berbicara di hadapan public. Dimuali dari *opening*, isi dan penutup.

Dengan menjadi *MC* di *event* mal Teraskota *Entertainment Center*, penulis dapat mempelajari kembali dan mengasah kemampuan serta melatih kepercayaan diri untuk berbicara di depan umum.

**Gambar 3.3** *MC* di acara HUT Teraskota *Entertainment Center*



**Gambar 3.4** Menjadi *MC* sekaligus membagikan *souvenir* kepada pengisi acara



**Gambar 3.5** Menjadi MC di event “Meet and Greet with Naya” bersama Kiddy



### 3.3.2 Tugas Tambahan dalam *Event* mal Teraskota *Entertainment Center*

Tugas tambahan ini adalah pekerjaan tambahan penulis selama bekerja magang di Teraskota *Entertainment Center*. Di sini, penulis membantu sebagian kecil dalam pelaksanaan *event* yang ada di mal Teraskota *Entertainment Center*. Tugas-tugas tersebut seperti penulisan *press release* dan surat undangan media HUT Teraskota *Entertainment Center* yang ke-8, pembuatan surat izin promosi dan surat kerja, dokumentasi *event* Pegadaian, membuat *list-list* sekolah TK dan SD untuk sosialisasi program “*mini trip*” dan lomba-lomba yang ada di Teraskota *Entertainment Center* seperti lomba mewarnai oleh Koko Crunch dan Lomba Foto yang diadakan oleh Bigland, *meeting* nobar oleh RCTI, menjadi *MC* di *event* “*Kiddy bersama Naya*”, dokumentasi *event* “*Kids Club*”, membuat kuesioner untuk *tenant century*, foto-foto mal Teraskota *Entertainment Center* untuk *background* kalender 2018, menghias *souvenir* untuk *event* “*Health and Beauty*”, *meeting* bersama Sophos *school* dan yang terakhir adalah *meeting* bersama Yamaha *Music School*.

#### 3.3.2.1 Menulis *Press Release* & Surat Undangan Media

Penulis mendapatkan tugas untuk menulis *press release* HUT Teraskota *Entertainment Center* yang ke-8. *Press Release* itu dibuat untuk mengundang media-media seperti InfoSerpong, Tangsel Pos untuk hadir dan meliput kegiatan HUT Teraskota yang ke-8. Soemirat & Ardianto (2004) dikutip dalam Apriyanti (2016 : 25) menyatakan bahwa Siaran pers atau *press release* adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *PR* suatu organisasi atau perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa (televisi, radio, media cetak, media *online*) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

**Gambar 3.6** Contoh *press release* HUT Teraskota  
*Entertainment Center* yang ke 8

## Teraskota Gor8eous Mallniversary

*For Immediate Release*

BSD City, 26 Juli 2017 – Teraskota *Entertainment Center*, pada tanggal 7 Agustus 2017 akan merayakan hari ulang tahun perusahaan. Dimana Teraskota *Entertainment Center*, akan mempersembahkan serangkaian acara yang bertema “Teraskota Gor8eous Mallniversary”. Di dalam acara HUT tersebut, Teraskota juga mengadakan kegiatan sosial seperti CSR, donor darah, customer reward dan pembagian tumpeng sebagai simbol terimakasih Teraskota terhadap tenannya.

Teraskota *Entertainment Center* didirikan pada tanggal 7 Agustus 2009. Teraskota *Entertainment Center* telah konsisten menyelenggarakan kegiatan CSR, customer reward dan santunan kepada anak yatim disetiap moment perayaan ulang tahunnya. Eksistensi Teraskota *Entertainment Center* selama ini tidak lepas dari kontribusi team dan juga pengunjung setia dalam membantu meningkatkan kualitas Teraskota *Entertainment Center*. Terbukti sampai saat ini Teraskota masih eksis sebagai salah satu *Entertainment Center* di kawasan Tangerang Selatan.

Rangkaian acara ulang tahun ini dimulai dengan kegiatan donor darah yang akan dilaksanakan pada tanggal 5 Agustus 2017 mulai pukul 11.00 WIB dan bekerjasama dengan RSIA Buah Hati Pamulang. Acara ini terbuka untuk umum, sehingga para pengunjung yang sedang mengunjungi Teraskota dapat mengikuti donor darah secara langsung.

Dilanjutkan dengan acara “Bersama Saling Berbagi” yang mana merupakan rangkaian kegiatan CSR Teraskota *Entertainment Center*. Acara ini merupakan acara berbagi keceriaan dengan 100 Anak Yatim dari Yayasan Pundi Amal Bakti Ummat (PABU) dan Baitul Maal Hidayatullah (BMH). Dalam kegiatan ini management Teraskota *Entertainment Center* bekerjasama dengan tenant – tenannya seperti CGV Blitz dan Fun World. Sekaligus dalam acara tersebut Teraskota *Entertainment Center* ikut memberikan “*Educational Fund and Scholarship*” atau bantuan biaya pendidikan bagi 100 anak yatim.

Selain membuat *press release*, penulis juga membuat surat undangan media. Surat undangan media dibuat untuk mengundang para media untuk menghadiri HUT Teraskota *Entertainment Center* yang ke-8. Memiliki hubungan baik dengan media tentu akan menunjang publikasi mal Teraskota *Entertainment Center*. Kriyantono (2012: 71) menjelaskan bahwa pada dasarnya sinergi antara *PR* dengan media bersifat *simbiosis mutualisme*, di mana media membutuhkan bahan informasi dari *PR* dan sebaliknya *PR* membutuhkan media sebagai sarana penyebaran informasi.

### 3.3.2.2 Pembuatan Surat Izin Promosi dan Surat Kerja

Penulis turut membantu dalam pembuatan surat izin promosi dan surat kerja. Surat izin promosi adalah surat yang dibuat untuk keperluan *tenant* yang ingin menggunakan media promo yang dimiliki

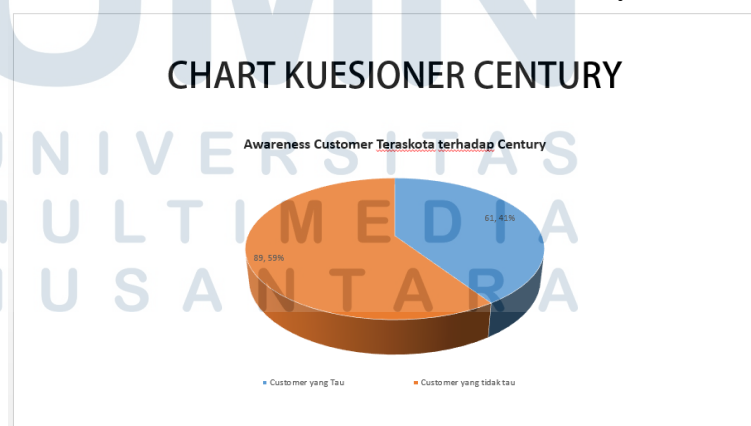
Teraskota *Entertainment Center*. Teraskota *Entertainment Center* menyediakan tempat seperti brosur, umbul-umbul dan *banner* untuk tenant-tenant yang ingin melakukan promosi.

Surat kerja atau surat *loading* barang merupakan surat izin untuk *tenant* atau pihak luar yang ingin memasukan dan mengeluarkan barang keperluan promosi atau *event* ke dalam mal Teraskota *Entertainment Center*. Surat tersebut disimpan oleh divisi *event and promotion* Teraskota *Entertainment Center* dan juga dibagikan kepada pihak *security* mal Teraskota *Entertainment Center*. Surat kerja dibuat untuk menunjukkan adanya pekerjaan dari *tenant* ataupun pihak luar terkait pemasangan *backdrop*, panggung dan barang-barang lainnya untuk keperluan *event* yang akan berlangsung.

### 3.3.2.3 Pembuatan Kuesioner untuk *Tenant Century*

Pembuatan kuesioner ini fungsinya adalah mengetahui seberapa besar pengetahuan pengunjung atas *tenant century*. Di dalam kuesioner ini terdapat tiga pertanyaan yang dibuat oleh penulis. Pertanyaan tersebut mengenai apa itu *century*, keberadaannya di mal

Gambar 3.7 Hasil kuesioner Century



Teraskota *Entertainment Center* dan letaknya. Kuesioner ini dibagikan kepada pengunjung mal Teraskota *Entertainment Center*. Di sini penulis melakukan survei secara langsung kepada seluruh pengunjung

mal Teraskota *Entertainment Center* sebanyak 150 orang. Riset yang dilakukan oleh penulis ini sebagai tingkat ukur seberapa besar pengetahuan pengunjung terhadap *tenant century*. Hasil riset tersebut digunakan sebagai tolak ukur *tenant century* untuk mengetahui apakah pengunjung mengetahui keberadaan dan letak *century* di mal Teraskota *Entertainment Center*. Any Noor (2013: 134) menyatakan bahwa dimulai dengan melakukan riset, selanjutnya disusunlah aktivitas pemasaran tersebut, ditetapkan bagaimana cara promosi yang efektif untuk menjangkau pasar yang tepat serta jadwal pemasaran yang tepat. Dengan melakukan riset, diharapkan mampu mengetahui cara yang efektif untuk melakukan pemasaran *Century*. Dari hasil kuesioner yang disebar, menunjukkan bahwa masih banyak pengunjung mal Teraskota *Entertainment Center* yang tidak mengetahui keberadaan *Century*. Hasil kuesioner tersebut penulis buat dalam *chart Ms. Power Point* dan dikirimkan ke *SPV* sebagai data untuk disampaikan kepada *century*.

#### **3.3.2.4 Membantu Dokumentasi *Event – Event Teraskota***

##### ***Entertainment Center***

Penulis di sini juga turut membantu dokumentasi dalam *event-event* yang berlangsung di Teraskota *Entertainment Center*, seperti *event “kids club”*, *event “pegadaian”*, *event “koko crunch”*, dsb. Menurut Lynn (2010:453) *media release and backgrounders are often gathered together with other helpful resources, such as a USB loaded with photography or video footage files, and presented to media in a folder as a press kit or as a downloadable package of documents and files*. Dari pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dokumentasi seperti foto dan video merupakan bagian dari *press kit public relations* yang merupakan salah satu *media release*. *Media release* sendiri merupakan *tactical tool PR* untuk mengembangkan strategi *public relations*. Di sini, dengan adanya dokumentasi *event-event* yang berada



di Teraskota *Entertainment Center*, diharapkan mampu untuk meningkatkan *awareness* publik dan sebagai *database* bahwa Teraskota *Entertainment Center* rutin mengadakan *event*.

### 3.3.2.5 Menulis *MOM (Minutes of Meeting)* hasil dari *Meeting* bersama *Client*

Penulis di sini juga terlibat dalam mengikuti *meeting* dengan *client* yang ingin mengadakan *event* di mal Teraskota *Entertainment Center*. Meski penulis tidak terlibat penuh dalam *meeting* tersebut, namun penulis mengetahui sedikit banyaknya apa yang perlu dipersiapkan baik dari mal Teraskota *Entertainment Center* ataupun dari *client*.

**Gambar 3.8** Penulisan *Minutes of Meeting*



Menurut Any Noor (2013:132) proses perencanaan *event* dimulai dengan menentukan tujuan yang dapat diterima dengan jelas oleh setiap anggota tim terdiri dari ketua komite organisasi, sampai ke staf penyelenggara. Dalam *meeting* yang dilaksanakan divisi *event and promotion* yang terdiri dari SPV, staf beserta *client* melakukan diskusi

mengenai acara yang akan diselenggarakan. Berikut mengenai kebutuhan serta persiapannya. Penyelenggara atau *EO* harus dapat memberikan alasan yang tepat *event* apa yang akan diselenggarakan dan cocok dengan keinginan peserta atau pengunjung yang diharapkan (Any Noor, 2013: 132).

Setelah mengikuti *meeting* bersama *client*, penulis mendapatkan tugas untuk menulis *minutes of meeting (MOM)* sebagai catatan atau memo mengenai kebutuhan-kebutuhan atau persiapan *event* yang akan dilaksanakan. Penulisan *MOM* ini selanjutnya dikirimkan ke seluruh anggota divisi *event and promotion*, dan juga ke divisi *leasing* dan *tenant relations*.

### **3.3.3 KENDALA YANG DITEMUKAN**

Selama melakukan kerja magang di mal Teraskota *Entertainment Center*, penulis menemukan beberapa kendala yang dialami oleh penulis. Kendala tersebut diantaranya adalah :

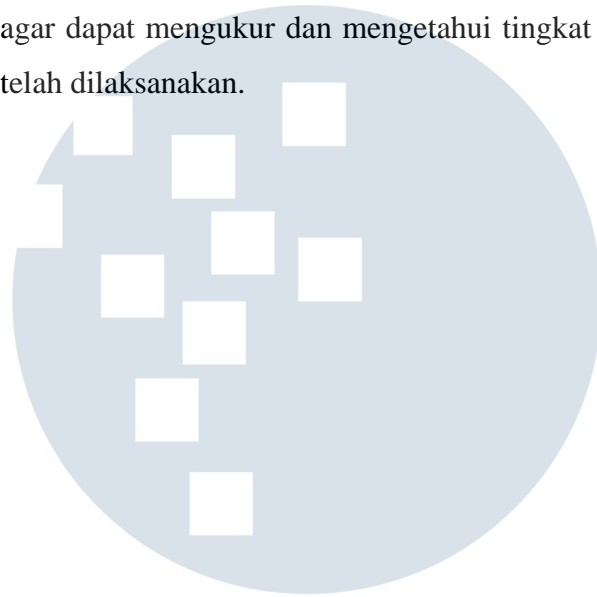
1. Kurangnya ide-ide atau konsep *event* yang ada, sehingga publik kurang tertarik dengan *event-event* yang ada di Teraskota *Entertainment Center*.
2. Sosial media yang dimiliki Teraskota *Entertainment Center* pasif, sehingga pengetahuan masyarakat akan mal Teraskota *Entertainment Center* kurang.
3. Penulis tidak diikutsertakan dalam evaluasi setelah pasca *event*. Hal ini menjadikan penulis tidak mengetahui seberapa besar tingkat kesuksesan *event* yang ada.

### **3.3.4 SOLUSI ATAS KENDALA YANG DITEMUKAN**

Solusi atas kendala yang ditemukan menurut penulis adalah sebagai berikut :

1. Konsep atau ide mengenai *event* seharusnya lebih bisa beradaptasi dengan perkembangan tren saat ini agar publik lebih tertarik dengan sesuatu hal yang baru, tidak monoton dan bukan *event* yang sudah ada sebelumnya.

2. Konten di sosial media baik *facebook*, *twitter*, *instagram* path dsb harus lebih menarik, lebih aktif dan memberikan informasi yang lebih jelas kepada publik.
3. Melakukan evaluasi pasca *event* dengan seluruh tim *event and promotion* beserta mahasiswa yang sedang melakukan kerja magang agar dapat mengukur dan mengetahui tingkat kesuksesan *event* yang telah dilaksanakan.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA