



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

Penulis selama melakukan praktik kerja magang di PT Augerah Mendekor Indonesia diposisikan sebagai *Trainee* yang dibimbing langsung oleh *head of Marketing Communication* dengan Ibu Stephanie Wijaya. Dalam melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan, Penulis mempelajari banyak hal, khususnya dalam bagaimana menciptakan *engagement* dengan *target audience* yang dituju, media, *influencer*, dan lain sebagainya melalui taktik dan strategi *marketing communication* yang diterapkan dan serangkaian acara yang diadakan seperti *event* dan *exhibition*.

3.2 Tugas Yang Dilakukan

Selama tiga bulan (60 hari kerja) magang di PT Mendekor Anugerah Indonesia, Penulis melakukan beberapa tugas yang berkaitan *marketing communications*, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1 Aktivitas Magang Per Minggu

No	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Juli		Agustus				September				Oktober		
			3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	
1.	<i>Marketing Communication</i>	a. Membantu menyusun strategi & taktik <i>event</i> 1 st <i>Anniversarry</i>													

No	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Juli		Agustus				September				Oktober	
			3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
		b. Membantu persiapan acara 1 st <i>Anniversarry</i> (<i>Location, merchandise, rangkaian games</i>)												
		c. Membantu saat acara 1 st <i>Anniversarry</i> berlangsung (<i>Mengarahkan berbagai media, blogger, dan influencer.</i>)												
		d. Membantu menyusun strategi dan taktik <i>exhibition</i> Homedec ICE BSD												
		e. Membantu saat												

No	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Juli		Agustus				September				Oktober	
			3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
		<i>exhibition</i> berlangsung												
		f. <i>Briefing influencer</i> saat <i>talk show</i> di acara <i>exhibition</i> ICE BSD												
		g. Mengolah <i>database</i> yang didapatkan setelah <i>exhibition</i>												
2.	<i>Product Placement</i>	a. Melakukan perjanjian MoU antara pihak Mendekor dengan Elshinta & Net TV.												
		b. Penggunaan produk Mendekor dalam acara												

No	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Juli		Agustus				September				Oktober	
			3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
		“Mom&Kids” di Elshinta TV												
		c. Penggunaan produk Mendekor dalam acara “Lets Colour” di Net TV.												
3.	Media Relations	a. <i>Contact media online dan offline</i>												
		b. <i>Contact influencer home living (Instagram)</i>												
		c. <i>Follow up media online dan offline</i>												
		d. <i>Follow up influencer home living (Instagram)</i>												
4.	PR Writing	Membuat <i>news letter</i>												
5.	Online PR (Sosial Media :	a. Membuat <i>caption</i> selama												

No	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Juli		Agustus				September				Oktober	
			3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
	Instagram)	60 hari kerja (1 hari, 3 kali)												
		b. Mengusulkan ide untuk merapikan <i>feed</i> Instagram (9 kolom foto, dengan 1 konsep foto)												
		c. Mengadakan <i>challenge</i> untuk <i>followers</i> Instagram												

3.3 Uraian Pekerjaan dan Pembahasan

Dalam tiga bulan (60 hari kerja) di PT Mendekor Indonesia, Penulis megaitkan pekerjaan-pekerjaan selama masa kerja magang dengan konsep-konsep yang didapatkan selama perkuliahan, yaitu :

3.3.1 *Marketing Communications*

Marketing communications merupakan sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang dijual (Kotler, 2012. h. 257). Peranan *marketing communications* itu sendiri dalam

sebuah perusahaan mempunyai peranan yang sangat penting untuk mempertahankan kehidupan suatu perusahaan. Menerapkan *marketing communications* dalam suatu perusahaan atau bisnis juga memiliki tujuan yaitu (Kotler, 2012, h. 256) :

a. Penetrasi pesan

Tujuan komunikasi pemasaran adalah untuk mempertahankan tingkat keberadaan tertentu yang diharapkan dari citra, manfaat utama, dan pengenalan nama dari waktu ke waktu di memori konsumen.

b. Membangun kesadaran

Untuk membangun tingkat kepedulian tertentu terhadap informasi penting yang disampaikan berkenaan dengan organisasi, produk, atau jasanya.

c. Rangsangan melakukan tindakan

Marketing communications bertujuan untuk memotivasi konsumen yang disasar atau dituju agar segera mengambil tindakan tertentu, karena penetrasi pesan dan tindakan hanya dapat terjadi setelah konsumen memiliki suatu tingkat kepedulian tertentu. Maka dengan itu, perusahaan perlu terlebih dahulu membangun kesadaran dan pemahaman sebelum melangkah kepada tujuan *marketing communication* lainnya.

Penerapan suatu strategi dan taktik *marketing communication* dalam sebuah perusahaan dapat menjadi sebuah tolak ukur tersendiri bagi perusahaan sebagai penentu keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang dijual oleh PT Mendekor Anugerah Indonesia menerapkan sebuah strategi dan taktik *marketing communications* melalui sebuah *event* (1st anniversary) dan *Exhibition* (Homedec di ICE BSD).

Berikut penjelasan mengenai *event 1st anniversary* dan *exhibition* Homedec ICE BSD :

1. *Event Management*

Event Management (Goldblatt, 2013, h. 145) adalah kegiatan secara profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran reuni, dan lain sebagainya, dalam tujuan untuk mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan.

Tujuan diselenggarakannya sebuah *event* (Tom Duncan, 2010, h. 7) adalah:

1. Mempengaruhi khayalak sasaran.
2. Mengasosiasikan sebuah merek dengan suatu kegiatan, gaya hidup, atau individu tertentu.
3. Menjangkau target sasaran yang lebih luas.
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek, produk atau perusahaan.
5. Mempublikasikan sebuah merek, produk atau perusahaan yang nantinya akan meningkatkan pengetahuan khalayak.

Menyelenggarakan sebuah kegiatan merupakan sebuah kebutuhan yang tidak dapat dimungkiri bagi sebuah perusahaan. Kegiatan tersebut bertujuan untuk menunjang dalam menciptakan citra positif perusahaan baik secara eksternal maupun internal. Kegiatan *event management* sangat berhubungan dengan *marketing communication* dari perusahaan, terutama dalam kegiatan-kegiatan *below the line*.

Seperti halnya yang dilakukan oleh PT Mendekor Anugerah Indonesia mengadakan sebuah *event* dalam rangka *first anniversary* yang jatuh pada tanggal 9 September 2017. Dalam mengadakan sebuah *event* tersebut PT Mendekor Anugerah Indonesia atau yang biasa lebih dikenal dengan

Mendekor.com mengundang berbagai pihak seperti *blogger*, *influencer home living* instagram, dan berbagai media baik TV dan *online*. Target yang ditentukan untuk para hadirin saat *event* berlangsung adalah 50 orang.

PT Mendekor Anugerah Indonesia lebih memilih untuk mengundang *blogger*, *influencer home living* instagram, dan berbagai media baik TV dan *online* karena diharapkan dengan mengundang berbagai pihak tersebut dapat menimbulkan sebuah *awareness* bagi setiap *target audience* PT Mendekor Anugerah Indonesia itu sendiri. Mengingat peran *marketing communication* dalam sebuah perusahaan sebagai sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang dijual (Kotler, 2012, h. 257). Maka diharapkan melalui *blogger*, *influencer home living* instagram, dan berbagai media baik TV dan *online* dapat dijadikan sebagai jembatan untuk mengenalkan Mendekor.com ke masyarakat luas lebih lagi.

Event 1st Anniversary Mendekor.com diadakan di Backspace Lippo Mall Puri mulai dari jam 10.00-12.00 WIB. Rangkaian acara dalam *event* tersebut terdiri dari berbagai lomba atau *challenge* seperti lomba fotografi untuk *influencer home living* yang kemudian harus di *upload* ke instagram dan lomba menulis *blog* untuk para *blogger* yang diundang ke dalam acara. Di Backspace Lippo Mall Puri pihak Mendekor.com sudah menyediakan tiga *space* dengan contoh berbagai macam tema ruangan yang akan dijadikan tempat untuk para *influencer* dan *blogger* melakukan aktifitas lomba. Selain itu pihak dari Mendekor.com juga menyiapkan berbagai hadiah yang menarik, serta *souvenir* sebagai ucapan terima kasih karena sudah ikut berpartisipasi dalam acara *1st Anniversary* Mendekor.

Sesuai dengan taktik dan strategi *marketing communication* diharapkan melalui *event* ini Mendekor.com itu sendiri dapat menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan masyarakat secara luas,

konsumen, ataupun *target audience* secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang dijual melalui para *influencer*, *blogger*, dan berbagai media yang ikut turut berpartisipasi dalam serangkaian acara yang telah dilaksanakan, dengan begini para *influencer*, *blogger*, dan berbagai media dijadikan sebagai jembatan penghubung antara masyarakat secara luas, konsumen, ataupun *target audience* yang dituju untuk memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek PT Mendekor Anugerah Indonesia itu sendiri atau yang lebih dikenal sebagai Mendekor.com.

Gambar 3.1 Poster Backspace Lippo Mall Puri dan Mendekor 1st Anniversary



Sumber : Penulis

2. *Exhibition* (Homedec ICE BSD 2017)

Selain mengadakan sebuah *event*, Mendekor.com juga mengadakan sebuah *exhibition* pada tanggal 28 September sampai dengan 01 Oktober 2017

di ICE BSD booth 014, hall 3&3A. Pameran atau *exhibition* ini dilakukan dengan tujuan untuk lebih mengenalkan apa itu Mendekor.com ke masyarakat secara luas. Sesuai dengan salah satu taktik dan strategi *marketing communications* yaitu mengadakan sebuah pameran atau *exhibition* untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang dijual (Kotler, 2012, h. 257).

Gambar 3.2 Booth Mendekor saat acara Homedec ICE BSD



Sumber : Penulis

Pameran atau *exhibition* yang diadakan selama empat hari tersebut, lebih mengutamakan untuk mengenalkan Mendekor.com secara langsung, dengan cara mengajak para pengunjung untuk lebih berinteraksi dengan berbagai pihak dari Mendekor.com untuk menjelaskan lebih dalam lagi mengenai apa itu Mendekor. Tidak hanya itu terdapat taktik dan strategi lainnya saat mengadakan pameran atau *exhibition*, untuk menarik minat masyarakat atau pengunjung untuk lebih tertarik untuk mengetahui atau

mengenal apa itu Mendekor. Tim *marketing communication* Mendekor juga melakukan taktik dan strategi dengan cara :

a. Mengadakan *talkshow*

Saat pameran atau *exhibition* berlangsung di ICE BSD Mendekor juga mengadakan sebuah *talkshow* di *Main Stage* Homedec ICE BSD pada tanggal 30 September 2017 pukul 13.45 – 14.15 WIB. Dalam acara *talkshow* tersebut pihak Mendekor juga mengundang dua sosok pembicara yaitu *influencer home living* yang bernama Rhea Ananda dan Erliana. Mengadakan *talkshow* tersebut, dengan maksud dan tujuan mengajak para pengunjung agar bisa berinteraksi secara langsung, dan memahami lebih dalam mengenai apa itu Mendekor dengan pakarnya secara langsung yaitu *influencer* dari bagian *home living*. Selain itu juga mengajak para pengunjung untuk lebih aktif lagi dalam berinovasi menata dan mendekor ruangan baik di dalam dan di luar rumah sedemikian rupa.

Gambar 3.3 Saat Talkshow berlangsung Homedec ICE BSD



Sumber : Penulis

b. Mengumpulkan *database*

Taktik dan strategi berikutnya yang dilakukan oleh tim *marketing communication* Mendekor pada saat pameran atau *exhibition* berlangsung adalah dengan cara mengumpulkan *database* berupa nama, *email*, dan nomor telepon pengunjung dengan target ± 300 jumlah *database*. Pengumpulan *database* dilakukan dengan cara pada saat terdapat pengunjung pameran Homedec yang datang ke *booth* Mendekor, lalu di minta ketersediaannya untuk mengisi data seperti nama, *email*, dan nomor telepon. Kemudian setelah pengunjung *booth* Mendekor mengisi data, pihak dari Mendekor yang sedang menjaga *booth* memberikan sebuah *souvenir* berupa talenan mini, tanda sebagai ucapan terima kasih dari Mendekor.

Pengumpulan data penting untuk dilakukan sebagai sebuah taktik dan strategi menjaga *customer relationship*. Seperti contoh kasus Sour Sally yang tidak memiliki *database* konsumennya, jika angka konsumen semakin berkurang, pihak Sour Sally tidak dapat menghubungi konsumen atau memberikan sebuah *treat* agar konsumen mau kembali datang, karena tidak memiliki *database* mengenai konsumennya itu sendiri.

Maka dengan itu, sebuah *database* kini menjadi bagian penting dalam perusahaan. Baik untuk menjaga hubungan baik dengan setiap konsumen, sehingga diharapkan konsumen dapat menghasilkan nilai *loyalty* kepada sebuah *brand* atau merek melalui hubungan baik yang dibina dengan cara memberikan *treat*, *reward*, *info sales*, dan lain sebagainya. Mempunyai *database* dari setiap konsumen dapat menjaga hubungan baik antara perusahaan dan konsumen dalam jangka panjang dan secara terus menerus. Hal tersebut dikarenakan, faktanya lebih mudah untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen lama, dibandingkan harus mencari kembali konsumen baru dan memulai

hubungan baik sejak awal, karena akan lebih membuang waktu, dan efisiensi biaya.

Database yang sudah didapatkan melalui *exhibition* kemudian dikumpulkan satu persatu oleh pihak Mendekor, lalu dimasukkan kedalam sebuah sistem tersendiri, dimana melalui alamat *email* yang sudah terkumpul kemudian akan dikirimkan sebuah *news letter* oleh Mendekor.com melalui *website* resmi perusahaan. Hal tersebut bertujuan agar setiap target *audience* dapat menerima informasi tentang Mendekor.com itu sendiri secara rutin, serta memberikan sebuah *reward* demi menjaga hubungan baik dengan setiap konsumen.

3.3.2 Strategi dan Taktik Marketing Comuunication lainnya

Selain mengadakan sebuah *event* dan *exhibition* PT Mendekor Anugerah Indonesia juga menerapkan sebuah strategi dan taktik yang diterapkan didalam sebuah perusahaan seperti sebagai berikut :

1. Product Placement

PT Mendekor Anugerah Indonesia menerapkan sebuah strategi dan taktik *marketing communication* yaitu *product placement* pada beberapa media TV seperti Net TV, Antara News, dan Elshinta TV. *Product placement* adalah suatu strategi promosi dengan cara menempatkan suatu *brand* atau merek produk yang digunakan dalam sebuah film atau acara TV sebagai media *property*. Strategi *product placement* juga di integrasikan ke banyak media lainnya seperti musik, novel, games dan lain sebagainya. *Product placement* merupakan hasil kesepakatan dari suatu media. Namun, terkadang sebuah produk juga ditempatkan atau digunakan sebagai *property* ataupun set designers (Kotler, 2012, h. 338). Menerapkan sebuah stretegi dan taktik product dengan cara persetujuan oleh kedua belah pihak yang disetujui melalui kesepakatan bersama yaitu surat MoU. *Product placement* dibagi menjadi tiga jenis, akan tetapi Penulis hanya menuliskan dua jenis yang

digunakan dan sesuai dengan Mendekor.com (D'Astous dan Chartier, 2000, h. 32) yaitu :

a. *Implicit Product Placement*

Product placement dengan jenis ini adalah dimana sebuah merek, produk, atau perusahaan tampil dalam sebuah film atau program tanpa disebutkan secara formal. Sifat dari *product placement* ini adalah pasif sehingga nama merek, logo, ataupun nama perusahaan muncul tanpa adanya penjelasan apapun mengenai manfaat ataupun kelebihan (D'Astous dan Chartier, 2000, h. 33).

Gambar 3.4 *Product placement* di Elshinta TV



Sumber : www.instagram.com/mendekorindonesia/

Pada kali ini PT Mendekor Anugerah Indonesia menempatkan produk *furniture* dalam acara Mom&Kids Selfie di Elshinta TV. Pada saat acara tersebut berlangsung PT Mendekor Anugerah Indonesia atau biasa yang

lebih dikenal sebagai Mendekor.com, nama perusahaan hanya dimunculkan tanpa adanya penjelasan lebih lanjut lagi.

b. *Integrated Explicit Product Placement*

Product placement dengan jenis ini adalah dimana sebuah merek, produk, atau perusahaan disebutkan secara formal dalam sebuah program. Sifat brand placement ini adalah aktif, dan pada tipe ini manfaat ataupun keunggulan produk dikomunikasikan (D'Astous dan Chartier, 2000, h. 33). Dalam acara Let's Colour di Net TV dengan tema "Menata Ruang Makan" menggunakan beberapa aksesoris dan *furniture* dari PT Mendekor Anugerah Indonesia (Mendekor.com). Nama Mendekor itu sendiri disebutkan secara formal dan keunggulan dari aksesoris dan *furniture* dijelaskan oleh pembawa acara tersebut, karena menunjukkan perbedaan antara *before* dan *after* setelah menata ruang makan dengan salah satu aksesoris dan *furniture* dari Mendekor.

Gambar 3.5 *Product placement* di Net Tv

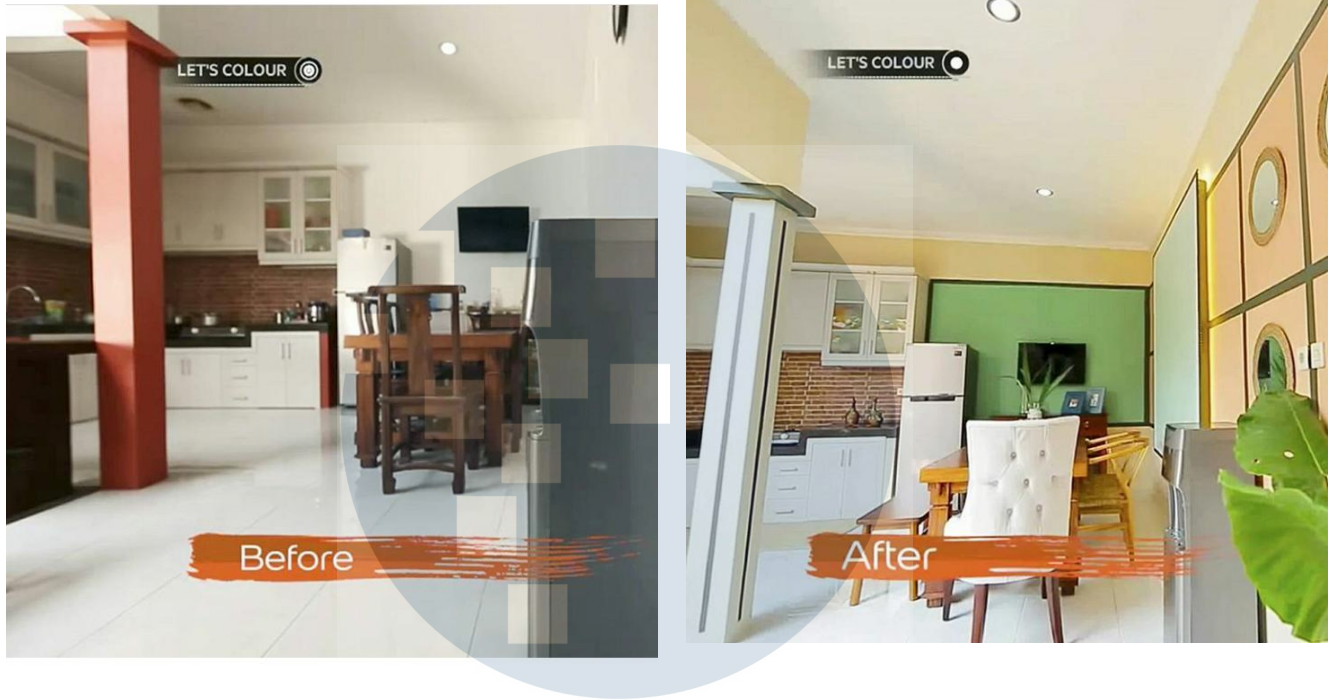
Gambar 3.6 *Product placement* di Net TV



Sumber : www.instagram.com/mendekorindonesia/

Gambar 3.7 *Product Placement* di Net TV

Gambar 3.8 *Product placement* di Net TV



Sumber : www.instagram.com/mendekorindonesia/

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.3 Media Relations

Media *relations* mempunyai peranan yang sangat penting untuk kelangsungan kehidupan sebuah perusahaan atau organisasi. Melalui media sebuah perusahaan atau organisasi dapat membangun sebuah citra tersendiri sesuai dengan keinginan yang kemudian disebarakan ke masyarakat secara luas melalui media itu sendiri. Melalui citra yang dibangun dengan baik dapat menghasilkan sebuah reputasi perusahaan atau organisasi.

Menjaga media *relations* dengan sangat baik dapat membawa dampak yang cukup menguntungkan untuk sebuah perusahaan atau organisasi. Melalui media reputasi sebuah perusahaan atau organisasi bergantung pada seberapa baik hubungan yang terjalin antara perusahaan atau organisasi dengan media itu sendiri. Selain itu melalui media, sebuah perusahaan atau organisasi juga dapat menggunakan media sebagai “alat” untuk peluncuran produk baru maupun informasi mengenai perusahaan atau organisasi yang disebarakan oleh media melalui pemberitaan media massa agar publik dapat menerima serta memahami perusahaan atau organisasi dengan baik.

Media massa membutuhkan sebuah berita, sedangkan perusahaan atau organisasi memerlukan sarana untuk menyampaikan informasi. Hal tersebut merupakan hubungan yang saling memiliki kebergantungan satu sama lain. Maka dengan itu sudah menjadi hal wajib bagi perusahaan atau organisasi untuk menjaga sebuah media *relations* sebaik mungkin. Media memberikan dampak yang besar untuk sebuah perusahaan atau organisasi, bahkan disaat perusahaan atau organisasi itu sendiri tengah berada dalam situasi yang sulit atau krisis (Fariani, 2009, h. 41).

Tujuan *media relations* untuk sebuah perusahaan atau organisasi, yaitu (Wardhani, 2008, h. 13) :

1. Memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah sebuah perusahaan atau organisasi yang baik untuk diketahui umum.

2. Memperoleh tempat dalam pemberitaan sebuah media seperti liputan, laporan, ulasan, dan lain sebagainya mengenai hal-hal yang menguntungkan sebuah perusahaan atau organisasi.
3. Memperoleh umpan balik (*feedback*) dari masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung.
4. Untuk melengkapi data atau informasi perusahaan atau organisasi untuk keperluan membuat penilaian (*assesment*), mengenai situasi atau permasalahan yang memengaruhi keberhasilan perusahaan atau organisasi itu sendiri.
5. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan antara perusahaan atau organisasi dengan media yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati satu sama lain.

Hal tersebutlah yang disadari dan diterapkan oleh PT Mendekor Anugerah Indonesia yang juga menjalin sebuah media *relations* dengan berbagai pihak baik media *online* maupun *offline*, seperti Antara TV, Net TV, swa.co.id, kontan.co.id, techinasia.com, youngsters.id, dan lain sebagainya. Selain itu Mendekor.com juga menjalin sebuah relasi yang baik dengan para *blogger*, dan *influencer* bagian khusus *home living*. PT Mendekor Indonesia atau biasa yang lebih dikenal sebagai Mendekor.com menjalin berbagai relasi dengan berbagai media dengan cara melakukan sebuah kunjungan *perss*, *gathering*, mengundang *blogger* dan *influencer* untuk ikut berpartisipasi dalam acara *event 1st anniversary* dan *exhibition*.

Mendekor.com menyadari peran media sangat berperan penting, terutama bagi Mendekor.com yang baru beroperasi setahun terakhir ini, maka dengan itu media dapat dijadikan sebuah obyek sebagai jembatan penghubung untuk memberikan sebuah informasi mengenai apa itu Mendekor, menaikkan sebuah citra, dan lain sebagainya untuk masyarakat secara luas terutama para target *audience* dari Mendekor itu sendiri.

3.3.4 PR Writing

Penulisan atau naskah dalam PR atau biasa yang disebut *PR writing* dibagi menjadi dua yaitu (Irianto, 2006, h. 5) :

1. Berkaitan dengan media *relations*, *press relations*, seperti naskah *press release* atau siaran pers, *advertorial*, dan *press conference*, press kit, dan media kit).
2. Berkaitan dengan media promosi, informasi, dan komunikasi perusahaan atau organisasi, seperti naskah untuk dipublikasikan di *newsletter*, *in house magazine*, *Company Magazines*, *annual report*, *company profile*, *leaflet*, *booklet*, brosur, dan lain sebagainya.

Saat melakukan magang di PT Mendekor Anugerah Indonesia, penulis juga melakukan *PR writing* yang berkaitan dengan informasi mengenai tata cara mendekor ruangan atau sebuah rumah yang berkaitan juga dengan produk-produk *furniture* dari Mendekor.com. Selama tiga bulan (60 hari kerja) Penulis sudah menulis atau membuat *news letter* sebanyak 8 tema yaitu :



1. Manfaat Menggunakan Lampu Gantung

Gambar 3.9 Tampilan *news letter* di *website* Mendekor

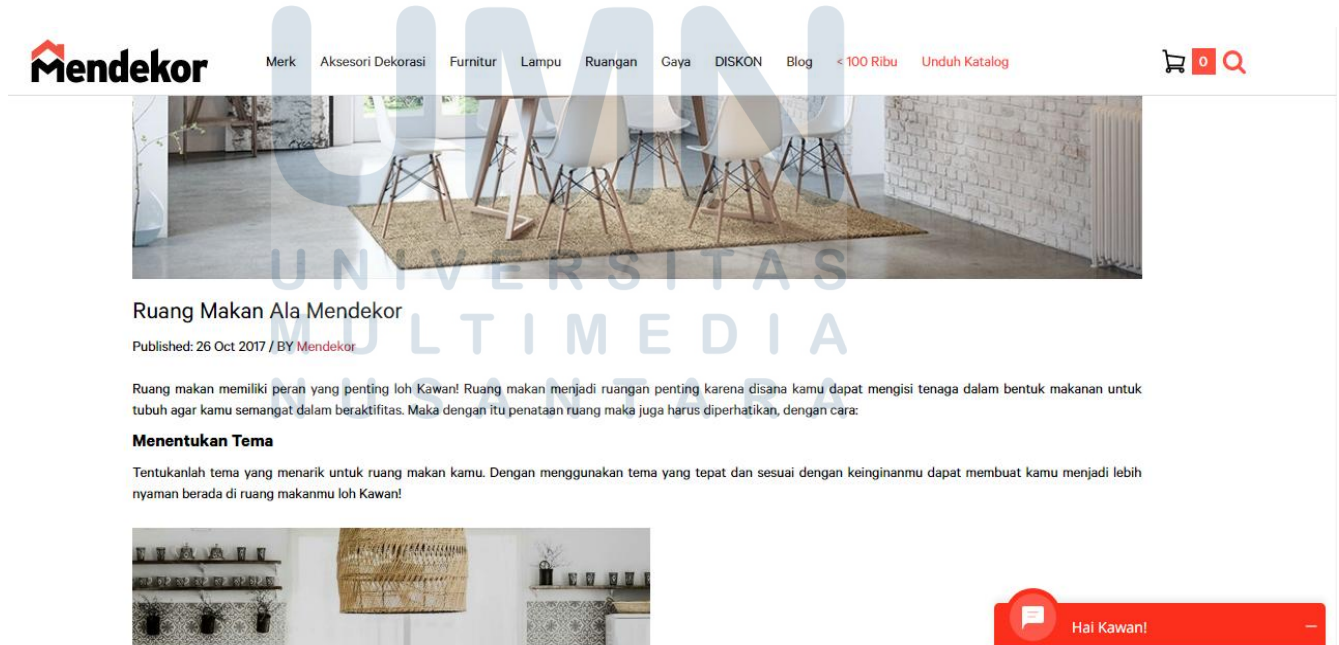


The screenshot shows the Mendekor website header with navigation links: Merk, Aksesori Dekorasi, Furnitur, Lampu, Ruangan, Gaya, DISKON, Blog, < 100 Ribu, Unduh Katalog. The main article is titled "Manfaat Menggunakan Lampu Gantung" and is dated "Published: 06 Oct 2017 / BY Mendekor". The text discusses the benefits of pendant lights in minimalist spaces, specifically mentioning space-saving. A sub-section titled "Menghemat Ruang" explains that pendant lights do not require floor space. A small image of a pendant light is shown below the text.

Sumber : <https://mendekor.com/>

2. Ruang Makan Ala Mendekor

Gambar 3.10 Tampilan *news letter* di *website* Mendekor

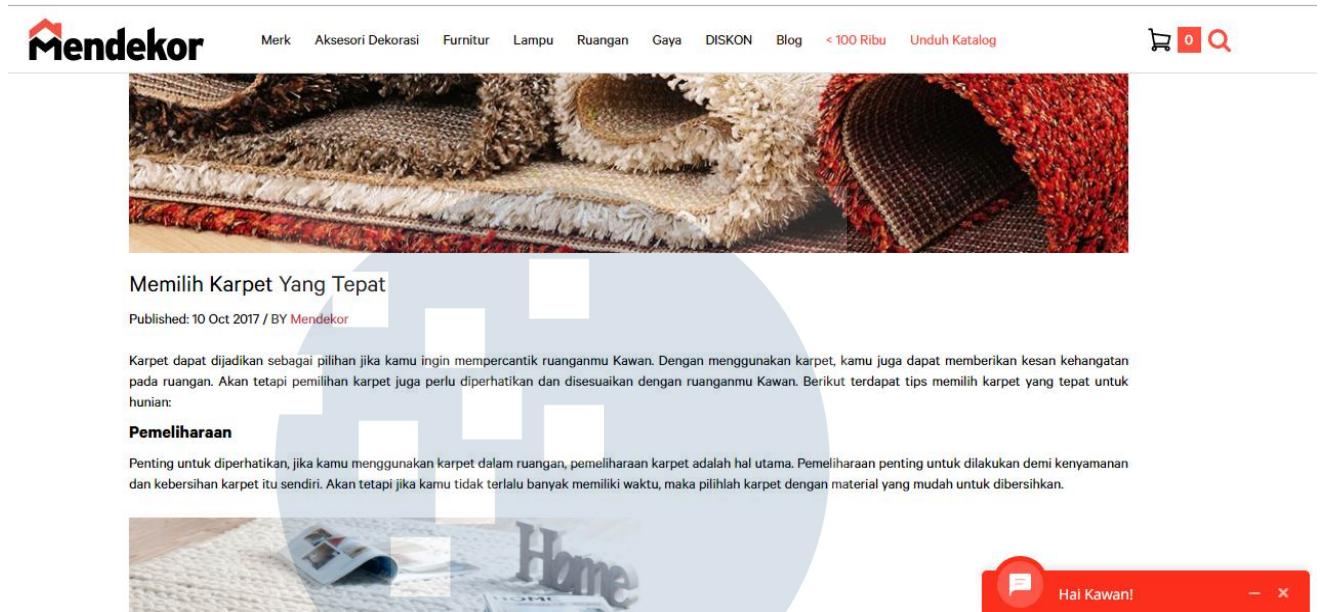


The screenshot shows the Mendekor website header with navigation links: Merk, Aksesori Dekorasi, Furnitur, Lampu, Ruangan, Gaya, DISKON, Blog, < 100 Ribu, Unduh Katalog. The main article is titled "Ruang Makan Ala Mendekor" and is dated "Published: 26 Oct 2017 / BY Mendekor". The text discusses the importance of dining room design for productivity and well-being. A sub-section titled "Menentukan Tema" suggests choosing a theme that matches personal preferences. A small image of a dining table and chairs is shown below the text. A red chat bubble in the bottom right corner says "Hai Kawan!".

Sumber : <https://mendekor.com/>

3. Memilih Karpet yang Tepat

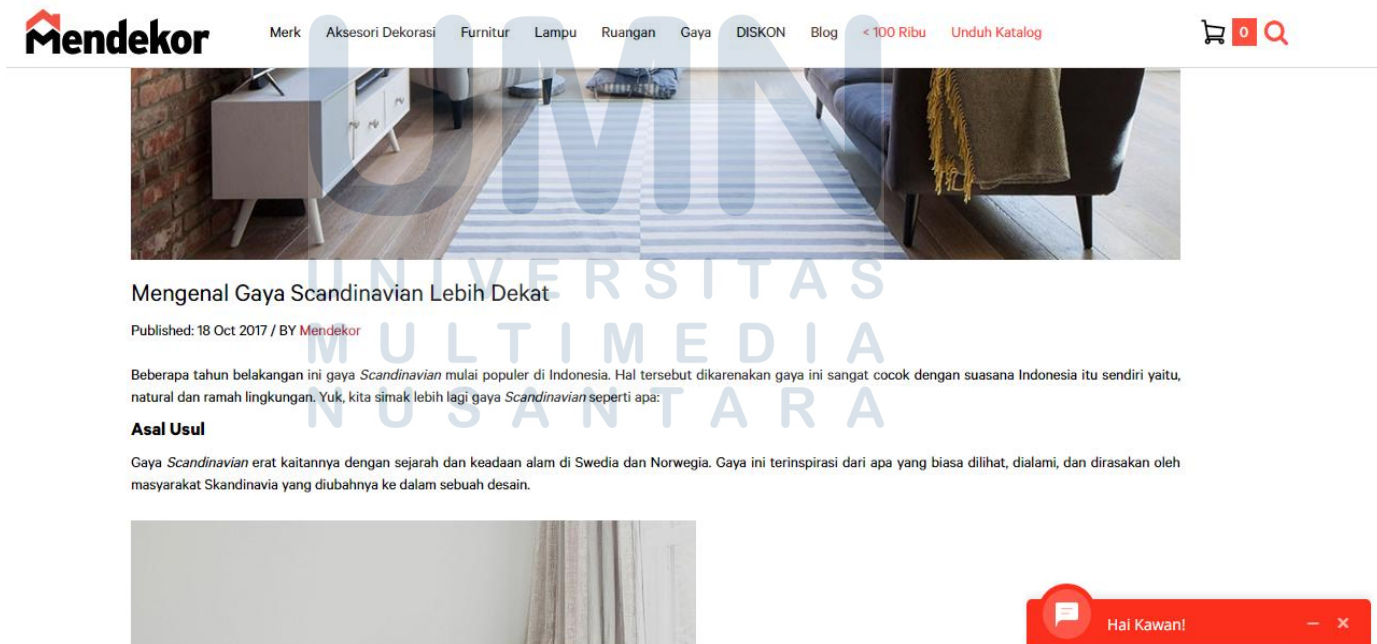
Gambar 3.11 Tampilan *news letter* di *website* Mendekor



Sumber : <https://mendekor.com/>

4. Mengenal Gaya *Scandinavian* Lebih Dekat

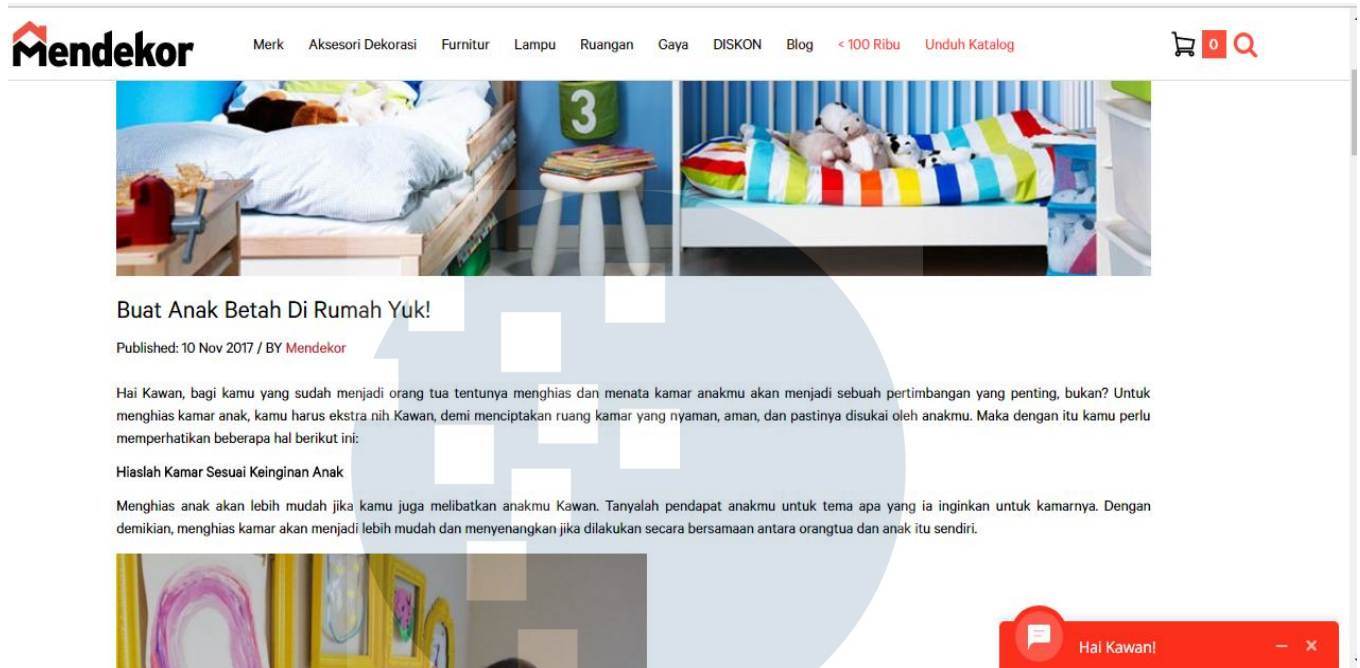
Gambar 3.12 Tampilan *news letter* di *website* Mendekor



Sumber : <https://mendekor.com/>

5. Buat Anak Betah Di Rumah Yuk!

Gambar 3.13 Tampilan *news letter* di *website* Mendekor



Sumber : <https://mendekor.com/>

6. Teknik Belanja *Online*
7. Memilih Kursi Ruang Makan; dan
8. Memilih Material Kayu

3.3.5 *Online PR (Media Sosial : Instagram)*

PT Mendekor Anugerah Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang mengembangkan bisnisnya melalui media sosial, seperti Instagram. Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi, teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain baik dengan perusahaan dan lain sebagainya (Kotler, 2012, h. 568). Media sosial itu sendiri mempunyai berbagai manfaat antara lain sebagai :

a. Membangun Hubungan

Manfaat utama dari pemasaran melalui media sosial adalah kemampuannya untuk membangun hubungan dengan konsumen secara aktif.

b. Membangun Merek

Interaksi yang terjadi melalui media sosial dapat meningkatkan sebuah *brand awareness*, dan meningkatkan pengenalan serta ingatan mengenai merek yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas merek.

c. Promosi

Pemasaran melalui sosial media dapat membuat para konsumen atau target *audience* merasa dihargai dan khusus. Selain itu promosi melalui media sosial juga lebih mudah untuk tersebar secara luas dan merata.

d. Riset Pasar

Melalui media sosial sebuah perusahaan juga dapat melakukan sebuah riset pasar demi mengembangkan suatu perusahaan itu sendiri. Seperti mengetahui karakteristik setiap konsumen, mengetahui perilaku konsumen secara pasti, mempelajari tentang kebutuhan dan keinginan konsumen, hingga riset mengenai pesaing atau kompetitor.

Saat melakukan aktivitas magang di PT Mendekor Anugerah Indonesia, Penulis melakukan tugas dalam mengoperasikan sosial media Mendekor.com yaitu media sosial Instagram (www.instagram.com/mendekorindonesia/). Penulis berkewajiban untuk *upload* foto serta membuat *caption* Instagram setiap hari (3kali sehari, pada saat pagi hari (09.00-10.00 WIB), siang hari (12.00 WIB), dan sore hari (17.00 WIB)).

Gambar 3.14 Tampilan *feed* instagram Mendekor menjelang 1st anniversary



Sumber : www.instagram.com/mendekorindonesia/

Selain itu, saat ingin mengadakan *event* 1st Anniversary sampai dengan *exhibition*, Penulis memberikan sebuah ide atau gagasan untuk merapikan *feed* Instagram dengan cara membuat 9 kolom foto Instagram dengan 1 konsep foto. Ide atau gagasan tersebut diterima dan digunakan oleh Instagram Mendekor untuk mengumumkan serangkaian acara saat *event* sampai dengan *exhibition* diadakan.

Gambar 3.15 Tampilan *games challenge* di IG



Gambar 3.16 Tampilan *games* di IG



Sumber : www.instagram.com/mendekorindonesia/

Penulis juga memberikan sebuah ide atau gagasan *games challenge* melalui sosial media Instagram, yaitu sebuah *giveaway*. Hal tersebut dilakukan untuk menarik sebuah perhatian atau *awareness* dari *followers* Instagram Mendekor, yang kemudian diharapkan juga menghasilkan WOM (*Word Of Mouth*) untuk para target *audience*, dikarenakan apabila seseorang ingin berpartisipasi dalam sebuah *games challenge* tersebut juga harus *mention* minimal tiga orang teman-temannya untuk ikut berpartisipasi juga dalam sebuah *games challenge* yang diadakan oleh Mendekor.

3.3.6 Kendala & Solusi

3.3.6.1 Kendala Proses Kerja Magang

Saat melakukan proses kerja magang, Penulis mengalami berbagai kendala yang muncul baik dari segi internal maupun eksternal. Berbagai kendala diantaranya seperti :

1. Kurangnya komunikasi antar tim. Sehingga terkadang saat melakukan proses kerja magang, terdapat beberapa bagian yang terlewatkan. Seperti mengenai keterangan *detail job description*, dan lain sebagainya.
2. Saat mempersiapkan untuk acara *event 1st anniversary* kurang dibicarakan secara matang, tidak ada *plan B*. Sehingga acara berjalan sedikit tidak sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan (keterlambatan jam acara dimulai, dan lain sebagainya).
3. Saat *exhibition* berlangsung tim Mendekor agak sulit mengendalikan pengunjung yang datang, sehingga banyak pengunjung *booth* Mendekor yang terlewatkan tidak mengisi *database* (informasi data seperti: Nama, nomor HP, dan *email*).
4. Dalam pembuatan MoU, untuk perjanjian *product placement* di media, terkadang ada beberapa hal perjanjian yang sulit disatukan atau dirujukan, antara pihak 1 dengan pihak 2. Sehingga memakan waktu dalam hal revisi, dan kesepakatan.

3.3.6.2 Solusi

Diperlukan kerjasama yang kuat antar satu tim yang satu dengan yang lainnya, untuk saling melengkapi satu sama lain. Selain itu komunikasi juga merupakan hal utama, dalam sebuah organisasi atau perusahaan, komunikasi penting untuk dilakukan demi tercapainya sebuah tujuan yang sukses dan berhasil, terutama saat *event* dan *exhibition* berlangsung, sangat diperlukan

kordinasi yang kuat sehingga sebuah tim dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik dan benar.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA