



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

Penempatan kerja disesuaikan dengan program studi dan jurusan yang diambil oleh mahasiswa pelaksana praktik kerja magang. Penulis ditempatkan pada divisi *Community Relations*, karena ruang lingkup tersebut sesuai dengan program studi yang diambil yaitu Ilmu Komunikasi. Divisi *Community Relations* PT Link Net Tbk yang dipimpin oleh Dicky Murjani selaku *Division Head Community Relationship* terbagi menjadi dua bagian, yakni *Community Relations* dan *Permit*. Atas rekomendasi dari kepala divisi dan pembimbing lapangan, maka penulis ditempatkan pada bagian *Community Relations* sebagai salah satu staf di dalamnya.

Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis diarahkan untuk berkoordinasi dengan Anuar Moshe selaku *Head of Community Relations Department* dan Dita Widyastuti selaku pembimbing lapangan sekaligus salah satu *Supervisor* dalam departemen ini. Penulis dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan juga berkoordinasi dengan para staf dalam divisi terkait dan divisi lainnya yang tergabung pada direktorat *New Roll Out* (NRO).

Seperti yang diketahui, departemen *Community Relations* PT Link Net Tbk terbagi menjadi dua tim yang masing-masing beranggotakan 5 (lima) orang sebagai Staf *Community Relations* (CR). Masing-masing tim memiliki *leader* yang menjabat sebagai *Supervisor*, yaitu Dita Widyastuti dan Evelline Siregar. Penulis dalam menjalankan tugas selama praktik kerja magang tergabung dalam tim Dita Widyastuti, yang kebetulan dalam tim ini lebih banyak mengurus area di daerah Tangerang dan sekitarnya.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Sebagai Staf *Community Relations* di PT Link Net Tbk, terdapat beberapa tugas yang menjadi tanggung jawab yang harus dijalankan pada posisi ini antara lain:

- Mengikuti *Meeting* Koordinasi rutin yang dilakukan dua kali seminggu yaitu setiap Senin dan Kamis.
- Melakukan *profiling area* yang masuk dalam *plan visit* untuk dibangunnya jaringan First Media.
- Mengajukan Surat Permit/Proposal dan surat *survey* kepada *Community Head* atau *Developer/Estate Management* yang bertanggung jawab di area yang sudah dilakukan *profiling*. Setelah itu, melakukan *follow up* dengan *Community Head* atau *Developer/Estate Management* untuk memastikan apakah izin perluasan jaringan di area tersebut disetujui atau tidak.
- Melakukan presentasi terkait produk dan metode pengerjaan penarikan jaringan First Media serta melakukan negosiasi dengan *Community Head* atau *Developer/Estate Management*.
- Koordinasi dengan tim *survey* untuk dilakukan *survey* terkait pembuatan *design drawing* perumahan, penempatan perangkat dan memastikan berapa panjang kabel yang diperlukan untuk pembangunan jaringan nanti. Setelah itu koordinasi lagi dengan divisi *Construction* terkait waktu pembangunan jaringan.
- Membuat dan mengajukan *Form VIP Free* apabila pihak *Community Head* atau *Developer/Estate Management* meminta fasilitas tambahan.
- Apabila area yang diajukan sedang dalam tahap pembangunan, maka bagian *Community Relations* sesekali harus melakukan kunjungan ke area tersebut dan memantau proses penarikan jaringan apakah sudah sesuai dengan perjanjian atau tidak.
- Setelah jaringan First Media aktif di suatu area, PT Link Net Tbk mengadakan aktivitas *sales* dan promosi yang dinamakan *Micro Marketing* (MM). Untuk melaksanakan aktivitas ini, *Community*

Relations harus berkoordinasi dengan tim *Sales* dan membuat surat izin khusus untuk diajukan lagi ke *Community Head* atau *Developer/Estate Management* yang bersangkutan. Setelah izin sudah diperoleh, maka *Micro Marketing* (MM) baru dapat dijalankan.

- *Staff Community Relations* bertanggung jawab terhadap area yang pernah di-*approach* dan menjadi *Person In Charge* (PIC) di area tersebut. Hal ini untuk membina hubungan baik dengan *Community Head* atau *Developer/Estate Management* sehingga apabila suatu saat terjadi komplain maupun hal penting lainnya, maka bisa dilaporkan langsung ke perusahaan melalui PIC ini untuk segera ditindaklanjuti.
- Mengajukan Izin *Maintain* (IM) kepada *Community Head* atau *Developer/Estate Management* apabila terjadi kerusakan perangkat di area tertentu.

Praktik kerja magang dilaksanakan pada periode 1 Agustus 2017 sampai dengan 31 Oktober 2017. Selama kegiatan kerja magang, terdapat beberapa tugas yang dikerjakan oleh penulis selaku mahasiswa magang di PT Link Net Tbk. Namun, dari uraian tugas dan tanggung jawab staf *Community Relations* di atas, tidak semuanya dapat penulis kerjakan. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu kerja magang dan beberapa kendala yang penulis alami sehingga tidak mengerjakan tugas sebagai *Community Relations* secara keseluruhan.

Beberapa tugas dan tanggung jawab penulis sebagai mahasiswa magang meliputi: *profiling area*, mengajukan Surat Permit, Surat *Survey* dan *follow up area*; mengajukan izin kegiatan *Micro Marketing*; dan membuat *form VIP Free*. Berikut adalah *timetable* aktivitas yang telah penulis lakukan selama menjalankan proses kerja magang.

Tabel 3.1 *Timetable* Aktivitas Magang

Aktivitas	Agustus 2017					September 2017				Oktober 2017				
	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	I	II	III	IV	V
<i>Training Product Knowledge</i>	■													
<i>Meeting Koordinasi Community Relations (Internal)</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
<i>Meeting (External)</i>	■	■		■	■	■								
Membuat <i>Minutes of Meeting (MOM)</i>				■		■								
<i>Collect Data</i>			■	■				■						
<i>Profiling Area</i>		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
Mengajukan Surat Permit dan <i>Survey</i>							■			■	■			■
<i>Follow Up</i> dengan <i>Community Head</i>					■	■				■	■	■	■	
Membuat <i>Survey Request Form (SRF)</i> dan Koordinasi dengan <i>Tim Survey</i>										■	■			
Presentasi Produk <i>First Media</i>											■			
Mengajukan izin kegiatan <i>Micro Marketing (MM)</i>		■							■	■		■		
Membuat <i>Form WIP Free</i>			■	■	■	■	■	■	■		■			

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Public Relations seperti yang dikutip dalam buku “*Handbook of Public Relations Tenth Edition*” memiliki pengertian (Skinner, Mersham G., dan Benecke R., 2013 h. 20):

“Public Relations practice is the art and social science of analyzing trends, predicting their consequences, counseling organization’ leaders and implementing a planned program of action, which will serve both the organization and the public interest.”

Pengertian dari paparan di atas dapat diartikan bahwa praktik *Public Relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang berguna untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi yang akan muncul, memberi masukan kepada pemimpin organisasi dan melaksanakan sejumlah program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik pada kepentingan organisasi maupun pada kepentingan publik atau umum.

Iriantara (2004, h. 22) mendefinisikan makna komunitas yaitu sekumpulan individu yang mendiami lokasi tertentu dan biasanya terkait dengan kesamaan kepentingan. Sedangkan Wenger menjelaskan bahwa komunitas merupakan sekumpulan orang yang saling berbagi perhatian, masalah dan kegemaran mengenai suatu topik dan memperdalam pengetahuan serta keahlian mereka dengan saling berinteraksi antara satu dengan yang lain secara terus-menerus. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lainnya yang serupa (Wenger, 2002, h. 4).

Menurut Gregory (Iriantara, 2004, h. 21) *Community Relations* adalah hubungan bisnis yang saling menguntungkan dengan satu atau lebih *stakeholders*, untuk meningkatkan reputasi perusahaan menjadi sebuah perusahaan yang baik di mata masyarakat. *Community Relations* merupakan sebuah program yang dilandasi dengan kebijakan (*policy*) organisasi. Memandang *Community Relations* sebagai suatu kebijakan, maka akan terlihat seberapa besar dan seberapa jauh komitmen perusahaan terhadap komunitas yang dimilikinya (Iriantara, 2004, h. 91).

Berdasarkan definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan perusahaan dengan komunitas berorientasi pada kegiatan yang bersifat partisipatif dan keuntungan tidak hanya pada pihak perusahaan tetapi juga pada komunitas. Hubungan yang dibuat tentu berasal dari perencanaan yang matang, dan pelaksanaannya dilakukan secara aktif dan berkesinambungan. Namun, penulis melihat kegiatan yang dilakukan oleh divisi *Community Relations* PT Link Net Tbk lebih mengarah pada konsep *Market Entry Strategy*. *Market Entry Strategy* sendiri merupakan salah satu konsep strategi pemasaran (Lapan, 2016) yang bertujuan untuk memasuki segmen pasar yang dijadikan pasar sasaran penjualan. Hal ini membuat penulis berpendapat bahwa divisi ini tidak dapat disebut sebagai kegiatan *Community Relations*, namun merupakan salah satu strategi pemasaran perusahaan yaitu *Market Entry Strategy* dengan melalui *internal development* dan kerjasama dengan pihak lain.

Iriantara (2004, hal. 80) menerangkan beberapa tahapan yang harus dilalui dalam melakukan penyusunan program kegiatan *Community Relations*, yaitu

1. Pengumpulan Fakta

Mengumpulkan fakta mengenai permasalahan yang dihadapi komunitas bisa melalui berbagai sumber seperti berita pada media massa, data statistik, obrolan warga masyarakat atau keluhan dari masyarakat langsung. Fakta juga bisa berasal dari kegiatan sosial yang dikirimkan oleh berbagai lembaga pada perusahaan.

2. Perumusan Masalah

Masalah secara sederhana bisa dirumuskan sebagai kesenjangan antara yang diharapkan dengan yang dialami, yang mana pada penyelesaiannya diperlukan kemampuan menggunakan pikiran dan keterampilan secara tepat. Merumuskan masalah menandakan dimulainya fokus untuk komunitas perusahaan.

3. Perencanaan dan Pemrograman

Rencana merupakan suatu prakiraan yang didasarkan pada fakta dan informasi tentang sesuatu yang akan terwujud atau terjadi nantinya. Program bisa dianggap sebagai cara untuk mewujudkan apa yang diperkirakan akan terjadi di kemudian hari. Program adalah cara untuk

mencapai tujuan tersebut dan setiap program biasanya diisi dengan berbagai kegiatan.

4. Aksi dan Komunikasi

Program *Community Relations* selalu ada aspek terkait bagaimana melakukan komunikasi dengan menyusun pesan yang ingin disampaikan kepada komunitas. Sedangkan aksi sebagai implementasi dari program yang sudah direncanakan.

5. Evaluasi

Evaluasi adalah proses yang harus dilakukan setiap akhir program atau kegiatan guna mengetahui efektivitas dan efisiensi program.

3.3.1 Pra Tugas Magang

Sebelum menjalankan kegiatan kerja magang, penulis terlebih dahulu diberikan *training* sebagai awal untuk melaksanakan tugas *Community Relations*:

1. *Training Product Knowledge*

Community Relations berperan sebagai representasi perusahaan untuk berhadapan dan menjalin komunikasi langsung dengan publiknya. Oleh karena itu, seorang *Community Relations* penting untuk menguasai pengetahuan mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan. *Training* ini dilakukan sebagai langkah awal (pra) untuk menjadi seorang *Community Relations* di PT Link Net Tbk. Hal ini berguna untuk menjaga kredibilitas dan profesionalitas seorang *Community Relations* di mata *Community Head* atau *Developer/Estate Management*. Selain itu, pengetahuan mengenai produk perusahaan juga bisa meyakinkan sekaligus memudahkan perusahaan untuk mendapatkan izin perluasan jaringan First Media di area yang dikuasai oleh *Community Head* atau *Developer/Estate Management*.

Training product knowledge hanya diikuti satu kali selama mahasiswa magang di PT Link Net Tbk. *Training* dilaksanakan pada hari pertama mahasiswa magang yaitu pada Selasa, 1 Agustus 2017 berlangsung pukul 09.30 s.d. 12.00 WIB. Materi yang dibahas dalam

training ini mengenai produk dan layanan apa saja yang ditawarkan perusahaan, serta menjelaskan kelebihan dari produk First Media dibandingkan dengan kompetitor yang bergerak pada bidang sejenis.

3.3.2 Tugas Pokok yang Dikerjakan

Berikut sejumlah rincian tugas pokok yang dikerjakan oleh penulis sebagai pemegang pada divisi Community Relations di PT Link Net Tbk. Di mana menurut penulis tugas yang dikerjakan lebih mengarah pada salah satu konsep strategi pemasaran, yaitu *Market Entry Strategy*. Uraian tugas pokok ini mengacu pada konsep Iriantara seperti yang telah penulis paparkan di atas.

1. Pengumpulan Fakta

Mengumpulkan fakta mengenai permasalahan yang dihadapi komunitas bisa melalui berbagai sumber seperti berita pada media massa, data statistik, obrolan warga masyarakat atau keluhan dari masyarakat langsung. Fakta juga bisa berasal dari kegiatan sosial yang dikirimkan oleh berbagai lembaga pada perusahaan.

Kegiatan mengumpulkan fakta selama penulis melaksanakan praktik kerja magang yaitu dengan melakukan:

- *Profiling Area*

Profiling area dilakukan dengan terjun langsung ke area tujuan dan melihat situasi dan kondisi yang ada di sana. Area yang dilakukan *profiling* merupakan area yang belum ter-cover jaringan First Media dan masuk dalam daftar *plan visit* yang telah dibahas pada saat *Meeting Koordinasi Community Relations*. Kegiatan ini juga dilakukan sebagai cara untuk mengumpulkan informasi dan fakta yang ada di sekitar tempat yang dituju, khususnya perumahan yang menjadi target untuk dilakukan perluasan jaringan. Selama menjalankan praktik kerja magang di PT Link Net Tbk, penulis telah beberapa kali

melakukan *profiling area*. Area perumahan yang diberikan kepada penulis untuk dilakukan *profiling* yaitu Villa Poris Plawad 2, Cluster Bumi Padjajaran Galuga, Cluster Buaran Indah, Poris Centrum, Cluster Bumi Padjajaran 3, Cluster Baiti 1, Cluster Baiti 2, Cluster Puri Kalasan, The Royal Residence dan Nirwana Curug 2.

Untuk melakukan *profiling area*, terdapat hal-hal yang harus diperhatikan antara lain:

a. *Classing* perumahan

Pada saat *profiling*, yang paling penting adalah melihat *classing* perumahan tersebut masuk dalam kelas mana. Hal ini berguna untuk memprediksi penetrasi yang akan didapatkan First Media setelah mengaktifkan jaringan di area tersebut. Seperti yang terjadi pada biasanya, perumahan dengan kelas yang bagus lebih banyak membutuhkan layanan internet dan TV kabel. PT Link Net Tbk menetapkan 3 (tiga) *classing* perumahan yaitu A, B dan C.

Tabel 3.2 *Classing* Perumahan

<i>Classing</i>	Spesifikasi
A	Tipe rumah yang memiliki 2 (dua) lantai atau lebih dan biasanya menggunakan metode instalasi kabel bawah tanah (<i>underground</i>).
B	Tipe rumah 2 (dua) lantai dengan metode instalasi biasanya melalui kabel bawah tanah (<i>underground</i>) dan kabel udara (Aerial) dengan kabel menumpang pada tiang PLN atau menanam tiang baru.
C	Tipe rumah 1 (satu) lantai yang biasanya proses instalasi menggunakan metode kabel udara

	(Aerial) dengan kabel menumpang pada tiang PLN atau menanam tiang baru.
--	---

Area yang dilakukan *profiling* oleh penulis semuanya masuk dalam *classing C* karena rata-rata unit rumah di sana hanya memiliki 1 (satu) lantai dan metode instalasi yang digunakan adalah kabel udara (Aerial) yang menumpang pada tiang tumpu PLN. PT Link Net Tbk memiliki perjanjian kerjasama dengan PT Indonesia Comnets Plus untuk memanfaatkan tiang listrik PLN pada area Jakarta dan Tangerang sebagai tiang tumpu yang tertera pada surat perjanjian dengan nomor: PK-269/CSL/LN/ICP//XI/14. Maka dari itu, untuk area dengan PLN Jakarta dan Tangerang, kabel First Media bisa menumpang pada tiang tumpu PLN. Sedangkan untuk yang berada di luar area tersebut akan dipasang tiang baru (*New Pole*) sebagai tiang tumpu kabel First Media.

b. Jumlah Unit Rumah

Sebagai *Community Relations*, penting untuk bisa mengetahui jumlah unit rumah yang ada di suatu area pada saat melakukan *profiling*. Di First Media, jumlah unit rumah dikenal dengan sebutan *homepass*. Jumlah *homepass* penting karena berhubungan dengan jumlah biaya yang akan dikeluarkan pada saat pembangunan jaringan First Media nantinya. Jumlah ini juga akan mempengaruhi pencapaian target yang ditentukan pada tahun ini yaitu harus mencapai 2 (dua) juta *homepass*.

c. *Community Head* atau *Developer/Estate Management*

Selama melakukan *profiling area*, mencari tahu pihak yang memiliki wewenang untuk membuka jalan bagi masuknya jaringan First Media menjadi sangat penting.

Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah menanyakan langsung kepada *Security* yang biasanya menjaga suatu perumahan atau warga yang tinggal di area tersebut perihal nama dan alamat pengurus warganya. Apabila terdapat Kantor Pemasaran di sekitar perumahan, maka bisa menanyakan perihal *Community Head* (pengurus warga) yang berwenang di sana kepada *admin* yang sedang bertugas atau bisa jadi perumahan tersebut masih belum serah terima sehingga kepengurusan seperti izin dan sebagainya masih *under Developer*.

Community Head (pengurus warga) di sini biasanya adalah Ketua RW atau Ketua RT dan juga Ketua Paguyuban apabila area yang dikunjungi belum dibentuk RW/RT secara resmi. Mencari tahu keberadaan *Community Head* sangat penting karena melalui mereka First Media bisa memperoleh izin perluasan jaringan dan tentu saja berhubungan yang baik dengan mereka membawa kemudahan bagi perusahaan.

Profiling area merupakan kegiatan untuk mengumpulkan data yang dapat dilakukan pada saat mengajukan Surat Permit atau Proposal dengan menanyakan langsung kepada warga, *Community Head* atau *Developer/Estate Management* mengenai hal-hal spesifik yang penting untuk diketahui supaya dapat melancarkan proses pembangunan jaringan di sebuah area. Data yang diperlukan yaitu mengenai demografi warga yang tinggal area tersebut secara garis besar, seperti Cluster Buaran Indah yang kebanyakan dihuni oleh orang kantoran yang katanya memiliki jabatan yang tinggi.

Mengetahui aktivitas rutin yang dilakukan warga juga menjadi data yang penting untuk membantu *Community Relations* dalam menjelaskan dan mensosialisasikan produk First Media kepada warga. Seperti Taman Giri Loka yang setiap Sabtu pagi mengadakan kegiatan *maintenance* sehingga tidak

susah untuk mengumpulkan warga karena warga yang mengikuti kegiatan ini cukup banyak dan pengurusarganya juga turut hadir.

Data penting lainnya adalah mengetahui apakah warga di perumahan yang diajukan untuk pembangunan jaringan memiliki *group chat* tersendiri. Apabila ada apakah warga dan pengurusannya saling berkoordinasi dan aktif. Salah satunya adalah Cluster Kencana Loka yang memiliki *group chat* di aplikasi *WhatsApp* dan warganya diketahui cukup aktif di *group chat* tersebut. Hal ini juga memungkinkan *Community Head* menginfokan maksud dari kedatangan tim *Community Relations* PT Link Net Tbk kepada warganya sehingga dapat mempercepat proses pembangunan jaringan.

Berikut data yang penulis dapatkan selama melakukan kegiatan *profiling area* antara lain:



Tabel 3.3 Tabel Data Area

No.	Nama Area	Alamat	Metode	Homepass	Community Head		
					Nama	Posisi	Kontak
1	Villa Poris Plawad 2	Jl. Buaran Indah, Buaran Indah, Kec. Tangerang, Banten 15119	AE (DKI)	45	Bpk. Izus	Koordinator warga	0857-3506-7621
2	Bumi Padjajaran Galuga	Jl. Swadaya, Binong, Curug, Tangerang, Banten 15810	AE (DKI)	35	Bpk. Haji Didin	Ketua Paguyuban	0852-1488-4118
3	Cluster Buaran Indah	Jl. Jambu, Buaran Indah, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15141	AE (DKI)	14	Ibu Alvi	Koordinator warga	0812-1042-2354
4	Poris Centrum	Jl. Irigasi, Cipondoh Indah, Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15148	AE (DKI)	30	Bpk. Juandi	Admin Kantor Pemasaran	0877-4102-2152
5	Bumi Padjajaran 3	Jl. KH. Mustopa, Poris Plawad Utara,	AE (DKI)	100	Bpk. Eko (Blok	Ketua Paguyuban (RT05/RW04)	0821-2361-6122
6	Cluster Baiti 1	Jl. KH. Mustopa, Poris	AE (DKI)	51	Bpk. Ahmad	Ketua Paguyuban (RT03/RW04)	0812-8311-6004
7	Cluster Baiti 2	Jl. Haji Udin, Poris Plawad Utara, Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15141	AE (DKI)	35	Bpk. Joe Mares	Ketua Paguyuban	0822-3355-9389
8	Cluster Puri Kalasan	Jl. KH. Mustopa, Poris Plawad Utara, Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15122	AE (DKI)	35	Bpk. Joko	Ketua Paguyuban	
9	The Royal Residence	Jl. Buaran Indah, Buaran Indah, Kec. Tangerang, Banten 15119	AE (DKI)	25	Bpk. Haji Subur	Ketua Paguyuban	
10	Nirwana Curug 2	Ciakar, Panongan, Tangerang, banten 15710	AE (DKI)	145	Bpk. Didi	Ketua RT 05/RW 01	0857-1540-8871

2. Perumusan Masalah

Masalah secara sederhana bisa dirumuskan sebagai kesenjangan antara yang diharapkan dengan yang dialami, yang mana pada penyelesaiannya diperlukan kemampuan menggunakan pikiran dan keterampilan secara tepat. Merumuskan masalah menandakan dimulainya fokus untuk komunitas perusahaan.

Pada saat melaksanakan tugas dan tanggung jawab sebagai *Community Relations*, tentu tidak terlepas dari masalah yang dihadapi. Beberapa masalah yang seringkali muncul biasanya berkaitan dengan kondisi area baru yang sedang dilakukan *profiling*, seperti:

- adanya area/perumahan yang tidak mengizinkan penambahan jaringan lain karena sudah nyaman dengan *provider* yang ada ataupun tidak menerima adanya penambahan tiang baru. Seperti

yang pernah penulis temui pada saat melakukan *profiling* di Cluster Buaran Indah, Cipondoh. Warga di sini menolak masuknya jaringan First Media karena sudah terdapat jaringan Indihome. Begitu juga dengan perumahan Puri Matahari Persada, Bogor yang pengurus warganya menolak untuk adanya penambahan tiang baru.

- *privilege* oleh *provider* lain. Terdapat beberapa area yang memiliki kontrak eksklusif dengan *provider* lain yang merupakan kompetitor dari PT Link Net Tbk sendiri. Sebut saja MyRepublic dari Sinarmas Land Group yang menguasai sejumlah *cluster* di area BSD sehingga *provider* lain akan sulit untuk menjangkau area tersebut.

- perasaan kecewa dari *Community Head* yang sebelumnya telah memberikan izin masuknya jaringan First Media di area yang diurus, namun pihak First Media belum memberikan perkembangan. Hal ini dikarenakan jalur *backbone* pada saat pengajuan pertama masih jauh sehingga pemasangan jaringan ditunda. Hal ini terjadi pada Cluster Sevilla, BSD yang mana pada saat jalur *backbone* First Media sudah dekat, staf *Community Relations* mencoba untuk mengajukan izin pemasangan jaringan kembali di *cluster* ini namun malah mendapatkan sambutan yang kurang baik oleh *Community Head* di sana.

- *Community Head* atau *Developer/Estate Management* meminta syarat tertentu kepada PT Link Net Tbk sebagai kompensasi telah menerima First Media memperluas jaringan di areanya. Kompensasi biasanya berupa uang tunai yang jumlahnya cukup besar maupun meminta diberikan fasilitas layanan gratis di tempat perkumpulan seperti balai warga ataupun kantor *estate*. Seperti yang diminta oleh bagian *estate* pengelola Alam Raya Bandara, Cengkareng, pihak pengelola ini meminta diberikan fasilitas gratis dengan *speed* 100Mbps sebanyak beberapa titik

di kantor *estate*. Hal ini tentu menjadi pertimbangan bagi perusahaan karena di luar batas yang bisa diberikan sebagai kompensasi dan juga belum tentu sebanding dengan penetrasi yang didapatkan nantinya. Ada juga area yang mendapat kompensasi uang tunai yang lumayan besar dari provider lain sehingga First Media pada saat pengajuan perizinan juga diminta kompensasi yang sama besar.

3. Perencanaan dan Pemrograman

Rencana merupakan suatu prakiraan yang didasarkan pada fakta dan informasi tentang sesuatu yang akan terwujud atau terjadi nantinya. Program bisa dianggap sebagai cara untuk mewujudkan apa yang diperkirakan akan terjadi di kemudian hari. Program adalah cara untuk mencapai tujuan tersebut dan setiap program biasanya diisi dengan berbagai kegiatan.

Dalam proses menentukan perencanaan program guna mengatasi masalah yang ada, PT Link Net Tbk tentunya tidak gegabah dan selalu melakukan koordinasi bersama satu dengan yang lain. Salah satu caranya adalah melakukan *Meeting Koordinasi Community Relations*.

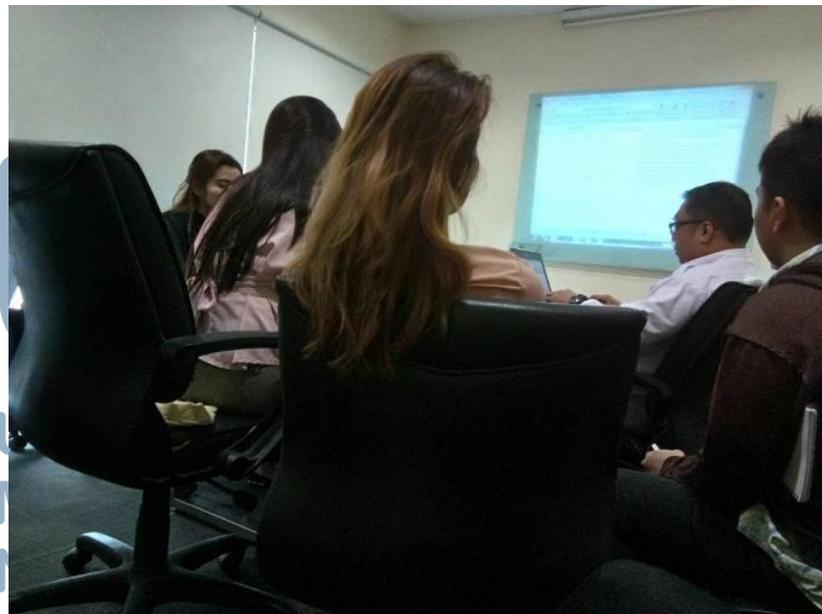
Meeting Koordinasi Community Relations merupakan kegiatan rutin yang dijalankan oleh semua anggota yang tergabung dalam departemen *Community Relations*. *Meeting* dilakukan seminggu 2 (dua) kali, tepatnya setiap Senin dan Kamis yang dimulai pukul 10.00 WIB dan biasanya berlangsung selama hampir 2 (dua) jam. Tujuan dari *meeting* ini adalah untuk membahas perkembangan setiap area yang menjadi tugas dari masing-masing anggota *Community Relations*.

Semua staf yang tergabung dalam masing-masing tim akan mempresentasikan perihal *update* informasi terbaru mengenai area yang mereka pegang. Oleh karena itu, setiap staf diwajibkan untuk

mengirimkan *daily report* yang berisikan informasi tersebut setiap Senin dan Kamis sebelum *Meeting Koordinasi* dimulai.

Segala sesuatu yang berkaitan dengan perusahaan dan area dibahas dalam *meeting* ini, seperti pembicaraan mengenai penambahan target yang harus dicapai oleh divisi ini, kendala-kendala yang dihadapi *Community Relations* di area misalnya adanya isu yang berkembang di dalam perumahan atau informasi adanya kerusakan perangkat, pembagian area baru, penggantian PIC dan *plan visit* untuk melakukan *profiling area*, *Micro Marketing* (MM), *Izin Maintain* (IM) maupun *meeting* dengan *Community Head* atau *Developer/Estate Management*. Dalam *Meeting Koordinasi* juga dibahas mengenai cara untuk mengatasi berbagai kendala yang ada sehingga dapat memberikan solusi bagi *staff Community Relations* yang turun langsung ke lapangan.

Gambar 3.1 Suasana saat *Meeting Koordinasi Community Relations*



Dari hasil *Meeting Koordinasi* inilah, beberapa program penanganan ditentukan, seperti:

- pada area yang perluasan jaringan First Media ditolak oleh *Community Head* atau *Developer*, yang dilakukan adalah

mencoba untuk berkomunikasi lagi dan melihat peluang lain di area sekitar.

- area yang dikuasai oleh *provider* lain (*privilege*), tidak menutup peluang bagi First Media untuk meluaskan jaringannya di area tersebut, yang dilakukan adalah mencoba untuk membuat kesepakatan kerjasama dengan pihak *developer* ataupun menunggu sampai waktu yang tepat untuk di-*approach* lagi.
- terkait dengan *Community Head* yang kecewa dengan PT Link Net Tbk karena masalah pemasangan jaringan yang tidak ada perkembangan, yang dilakukan adalah menentukan waktu untuk bertemu dan membahas lagi dengan *Community Head* di perumahan tersebut dan mengajukan surat lagi sesuai dengan prosedur pengajuan izin di perumahan tersebut.
- perihal masalah kompensasi yang diminta oleh *Community Head* atau *Developer* yang dinilai berlebihan, yang dilakukan adalah menentukan waktu yang tepat untuk melakukan *meeting* lagi dan melakukan negosiasi untuk memperoleh kesepakatan.
- terkait area yang tidak memiliki isu apapun, bisa melanjutkan pada tahap pengajuan surat izin permit.

4. Aksi dan Komunikasi

Program *Community Relations* selalu ada aspek terkait bagaimana melakukan komunikasi dengan menyusun pesan yang ingin disampaikan kepada komunitas. Sedangkan aksi sebagai implementasi dari program yang sudah direncanakan.

Melanjutkan proses perencanaan yang disebutkan sebelumnya, maka pada tahap ini adalah proses implementasi program tersebut yaitu:

- Pada area yang perluasan jaringan First Media ditolak oleh *Community Head* atau *Developer*, yang dilakukan adalah mencoba untuk berkomunikasi lagi dan melihat peluang lain di area sekitar. Komunikasi dilakukan dengan melakukan *follow up*

menggunakan telepon dan aplikasi *chatting* (*WhatsApp*) untuk mencoba bernegosiasi dengan *Community Head* di Cluster Buaran Indah. Mencoba menjelaskan lagi secara rinci mengenai maksud dan tujuan dipasangnya jaringan First Media di sana yakni untuk menambah jaringan baru di *cluster* tersebut agar jaringan yang tersedia tidak hanya satu dan warga juga bisa memilih dan berlangganan dengan *provider* yang dipilih tanpa adanya paksaan dari PT Link Net Tbk.

- Terkait masalah kompensasi yang diminta oleh *Community Head* atau *Developer* yang dinilai berlebihan, yang dilakukan adalah menentukan waktu yang tepat untuk melakukan *meeting* lagi dan melakukan negosiasi untuk memperoleh kesepakatan. Hal ini dilakukan dengan upaya agar kedua belah pihak bisa sama-sama diuntungkan sehingga perusahaan berusaha untuk menawarkan *win-win solution*. Salah satu kompensasi yang bisa diberikan oleh perusahaan adalah Fasilitas VIP Free.

VIP Free adalah sebuah kompensasi yang diberikan oleh First Media untuk pihak *Developer/Estate Management* atau *Community Head* yang meminta untuk diberikan fasilitas berupa layanan internet gratis, TV *cable* gratis, maupun internet dan TV *cable* gratis karena telah memberikan perizinan bagi First Media untuk masuk ke area mereka dan membantu kelancaran proses penarikan jaringan. Biasanya, fasilitas VIP Free ini diberikan dalam jangka waktu 6 (enam) bulan dan maksimalnya adalah 12 bulan. Layanan VIP Free diusahakan diberikan pada tempat yang sesuai, yang artinya harus merupakan tempat yang bisa untuk diakses oleh banyak orang seperti balai warga, Posyandu, Puskesmas, Kantor Pemasaran dan lain-lain, sehingga bukan untuk tempat tinggal *Community Head* secara personal. Maksimal adalah 2 (dua) titik untuk setiap area. Untuk fasilitas internet yang diberikan juga tidak lebih dari 20Mbps dan semua jenis fasilitas gratis ini ditentukan oleh perusahaan.

Pada saat *meeting*, *Community Relations* menjelaskan mengenai kompensasi yang bisa perusahaan berikan adalah dalam bentuk fasilitas *VIP Free* tersebut. Sehingga untuk area yang menerima kompensasi berupa uang tunai yang lumayan besar dari *provider* lain, First Media memutuskan untuk tidak terburu-buru dan memutuskan untuk mencoba untuk mengajukan perizinan lagi setelah *provider* lain yang merupakan kompetitor First Media masuk di area tersebut.

- Untuk area yang tidak ada isu apapun maka dilanjutkan dengan mengajukan Surat Permit.

Surat Permit adalah surat pengajuan awal yang ditujukan kepada *Community Head* di sebuah perumahan. Surat ini dimaksudkan sebagai upaya untuk mendapatkan perizinan pembangunan jaringan First Media di area tersebut. Surat Permit berfungsi sama dengan Proposal, yang menjadi pembedanya hanya pada jumlah lembar yang mana Surat Permit terdiri dari 2 (dua) lembar sedangkan Proposal terdiri dari 7 (tujuh) lembar. Surat Permit diperuntukan pada perumahan yang sudah dilepas oleh *Developer* dan sudah serah terima ke warga, sedangkan Proposal diperuntukan pada perumahan yang masih *under Developer* sehingga pengajuannya bisa melalui *Estate Management*.

Beberapa poin penting yang terdapat dalam Surat Permit di antaranya adalah

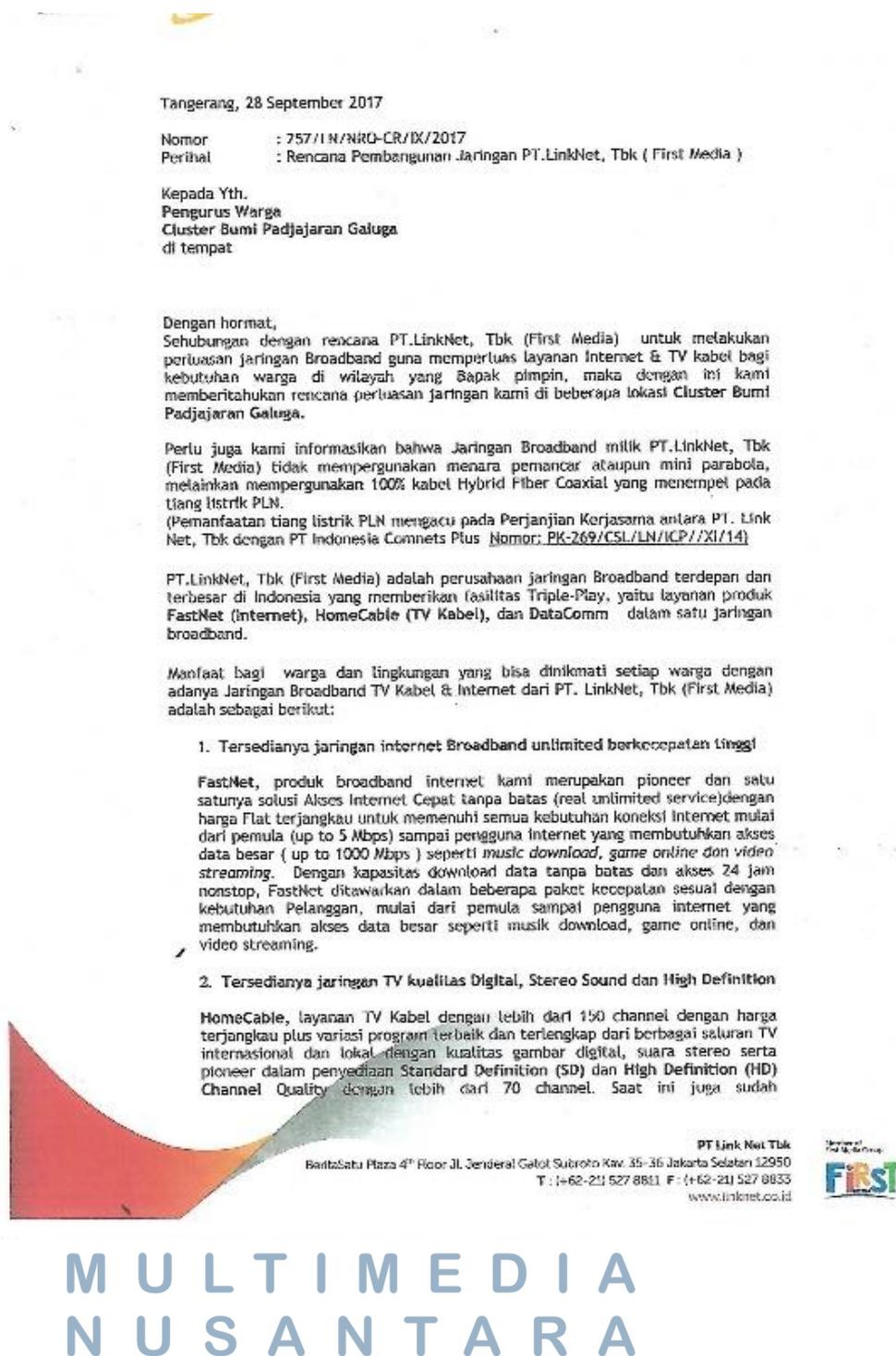
1. Maksud dan tujuan diajukannya surat tersebut.
2. Profil singkat PT Link Net Tbk dan informasi mengenai layanan serta produk yang ditawarkan.
3. Metode pembangunan jaringan yang dipakai.
4. Manfaat dibangunnya jaringan bagi warga dan lingkungan.
5. Informasi mengenai aktivitas yang akan terjadi selama dan setelah pembangunan jaringan First Media di area tersebut.

6. Mencantumkan nama dan nomor kontak staf *Community Relations* PT Link Net Tbk yang bisa dihubungi. Staf *Community Relations* tersebut adalah pihak yang bertanggung jawab terhadap pembangunan jaringan di area tersebut.

Terdapatnya poin-poin di atas dalam Surat Permit menjadi salah satu kekuatan yang bisa meyakinkan *Community Head* atau *Developer* untuk memberikan izin kepada PT Link Net Tbk dalam pembangunan jaringan First Media. Salah satu area yang dipegang oleh penulis pada saat magang adalah Cluster Bumi Padjajaran Galuga, Binong. Perumahan ini sudah lepas dari *Developer* sehingga urusan perizinan diserahkan kepada Ketua RW di sana. Maka dari itu, penulis mengajukan Surat Permit yang terdiri dari 2 (dua lembar) untuk meminta perizinan pembangunan jaringan dan diserahkan langsung ke Ketua RW tersebut.

Proses penyerahan Surat Permit dilakukan dengan mendatangi langsung rumah pengurus warga terkait dan menjelaskan maksud dan tujuan kedatangan. Apabila pengurus warga tidak berada di tempat, maka surat bisa dititipkan ke salah satu anggota rumah pengurus warga atau ke *Security* yang sedang menjaga. Yang paling penting adalah staf *Community Relations* harus bisa mendapatkan informasi mengenai nomor kontak pengurus warga sehingga bisa mempermudah untuk dilakukan *follow up* nantinya.

Gambar 3.2 Surat Permit yang disusun oleh penulis (Hal. 1)



Gambar 3.3 Surat Permit yang disusun oleh penulis (Hal. 2)

dikembangkan channel/layanan Video On Demand (VOD) dan 3D Channel, serta terus akan dikembangkan.

3. Nilai tambah untuk warga / perumahan

- a) Menjadikan area PERUMAHAN sebagai BROADBAND RESIDENCE.
- b) Mendapatkan solusi menyeluruh untuk kebutuhan akan Ilmu Pengetahuan, pendidikan, informasi, dan hiburan yang sangat diperlukan seluruh warga dengan dukungan jaringan yang handal serta disupport oleh Customer Service 24/7.
- c) Dengan adanya produk Triple-Play dalam 1 kabel broadband didalam area Perumahan, maka secara terus menerus memberikan konektivitas terdepan dan terbaik sebagai langkah awal peningkatan kualitas serta gaya hidup E-Living.

4. Jaringan broadband tidak mengganggu jaringan lainnya

Kami menggunakan sistem *Hybrid Fiber Coaxial Cable* ("HFC") dimana sistem tersebut merupakan teknologi terbaik dan sesuai dengan kebutuhan di dunia industri kabel broadband yang menggunakan Serat Optik dan Kabel Coaxial dengan kapasitas jalur data sangat besar.

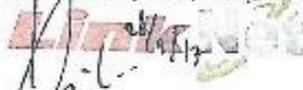
Adapun kegiatan atau aktifitas yang akan dilakukan oleh PT.LinkNet, Tbk (First Media) adalah sbb :

1. Menyiapkan dan melakukan Penarikan jaringan kabel broadband beserta perangkatnya dengan menggunakan kabel Hybrid Fiber Coaxial yang menempel pada tiang listrik PLN.
2. Melakukan Kegiatan penjualan langsung kerumah customer, Exhibition dan Promosi (akan dikonfirmasi schedulanya).
3. Pemasangan Spanduk & Umbul-Umbul dilingkungan perumahan (akan dikonfirmasi lokasi dan schedulanya).

Apabila diperlukan penjelasan yang lebih terperinci mengenai jaringan broadband (TV Kabel & Internet) dari PT.LinkNet (First Media), dapat menghubungi staff kami Sdr. Milla Mareta No Hp 082114068784, Meiti Meilia 089685278618 atau di 021-55777755 ext 13564, kami bersedia memberikan presentasi dengan waktu dan tempat sesuai kesepakatan.

Atas kerjasama dan dukungan yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
PT. LINKNET, Tbk (FIRST MEDIA)


Dicky Nuganti
Community Relationship Head

CC :
- NRO Director
NRO Project Head

Mengetahui & Menyetujui,


Bpk. Diding
Pengurus Warga
No. Telp :
0852 14884118

www.linknet.co.id

Surat *Survey* adalah surat yang dibuat bersamaan dengan Surat Permit. Tujuan dari dibuatnya surat ini adalah pada saat pengajuan izin perluasan jaringan, sekalian untuk mengajukan izin untuk perumahan tersebut di-*survey*. *Survey* sendiri dilakukan oleh tim *survey* yang pada saat *survey* hanya menggunakan kendaraan kantor dan sama sekali tidak mengganggu aktivitas warga di sekitar perumahan.

Survey ini berguna untuk proses pembuatan *design drawing* perumahan, memastikan berapa *homepass* yang ada di perumahan tersebut serta bisa menentukan berapa panjang kabel yang diperlukan pada saat penarikan jaringan dan menentukan peletakan perangkat First Media di perumahan tersebut. Dari hasil *survey* ini juga bisa memperoleh informasi terkait adanya penambahan tiang baru (*New Pole*) pada perumahan yang menggunakan metode kabel udara (*Aerial DKI*), sehingga *Community Relations* bisa menyampaikan ke *Community Head* yang berwenang di perumahan yang bersangkutan.



Gambar 3.4 Surat *Survey* yang disusun oleh penulis

LinkNet

Tangerang, 28 September 2017

Nomor : 261/LN/NRO/DX/2017

Perihal : Permohonan Ijin Survey Perluasan Jaringan

Kepada Yth.
Pengurus Warga
Cluster Bumi Padjajaran Galuga
di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan rencana kami, PT. First Media, Tbk. Untuk melakukan perluasan jaringan guna meningkatkan layanan hiburan dan teknologi bagi masyarakat di **Cluster Bumi Padjajaran Galuga**, maka kami bermaksud memohon ijin kepada Bapak untuk melakukan aktifitas survey yang dilakukan oleh team kami.

Untuk itu, kami mengharapkan kiranya bapak / Ibu dapat membantu memberikan ijin dalam kegiatan tersebut. Jika ada yang ingin ditanyakan atau dibicarakan lebih lanjut, dapat menghubungi PIC Sdri. Mita Mareta No Hp. 082114068784 atau Sdri. Meiti Meitia No Hp. 089685278618.

Demikian permohonan kami, sebetulnya dan sesudahnya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

PT. Link Net, Tbk.

FIRST MEDIA

LinkNet

Dicky Mariani

Community Relationship Head

Mengetahui/ Menyetujui



Pengurus Warga

CC :

- PMO NRO
- NRO Sales
- Arsip

PT Link Net Tbk

Page of ...

Setelah Proposal/Surat Permit dan Surat *Survey* diserahkan kepada *Community Head* atau *Developer/Estate Management*, maka selanjutnya *Community Relations* bertanggung jawab untuk melakukan *follow up* terkait perkembangan surat izin tersebut. *Community Relations* harus menjamin bahwa pengurus warga sudah menyampaikan maksud dan tujuan masuknya jaringan First Media di perumahan tersebut dan juga memastikan apakah *Community Head* sudah setuju dan menandatangani surat.

Follow up bisa dilakukan dengan cara berkunjung kembali ke lokasi ataupun melalui telepon. Apabila izin perluasan jaringan sudah disetujui dan telah ditandatangani oleh *Community Head* atau *Developer/Estate Management*, maka selanjutnya bisa diatur waktu untuk pengambilan surat.

5. Evaluasi

Evaluasi adalah proses yang harus dilakukan setiap akhir program atau kegiatan guna mengetahui efektivitas dan efisiensi program. Salah satu cara untuk mengetahui berhasil tidaknya program yang dilakukan oleh staf di divisi *Community Relations* ini adalah melalui *Permit Done* yang didapatkan. *Permit Done* menandakan adanya kesepakatan yang terjalin di antara kedua belah pihak secara sadar seperti Surat Permit yang telah ditandatangani sehingga PT Link Net Tbk bisa memperluas jaringan First Media tanpa ada hambatan apapun.

Perumahan yang mendapatkan *Permit Done* yaitu Villa Poris Plawad 2, Cluster Bumi Padjajaran Galuga, Poris Centrum, Cluster Baiti 2 dan Bumi Padjajaran 3. Sedangkan yang Cluster Buaran Indah tetap mengalami penolakan oleh *Community Head* dengan alasan warganya tidak setuju adanya penambahan jaringan baru. Untuk Alam Raya Bandara yang pihak *estate*-nya meminta kompensasi lebih, penulis belum mengetahui perkembangan sampai saat ini

dikarenakan masa praktik kerja magang sudah selesai. Hal yang sama juga pada area yang sedang ada kontrak eksklusif dengan *provider* lain ataupun *privilege* oleh jaringan lain juga tidak diketahui oleh penulis karena tidak dilibatkan langsung mengenai hal ini.

Meeting Koordinasi *Community Relations* juga secara tidak langsung merupakan bentuk evaluasi dari aktivitas yang telah dijalankan oleh para staf *Community Relations*.

3.3.3 Tugas Tambahan yang Dikerjakan

Penulis pada saat melakukan praktik kerja magang juga diberikan tugas tambahan di luar tugas pokok dari *Community Relations*, yaitu

1. Presentasi Produk First Media

Presentasi menjadi aktivitas yang seringkali dilakukan oleh *Community Relations* untuk memberikan penjelasan terkait produk dari First Media. Kebanyakan presentasi dilakukan atas permintaan dari *Community Head* di sebuah perumahan untuk dapat memberikan penjelasan sekaligus mensosialisasikan kepada warganya terkait produk dan layanan First Media secara lebih terperinci. Biasanya presentasi dihadiri oleh pengurus warga seperti Ketua RW/RT atau Ketua Paguyuban dan beberapa koordinator warga.

Pada saat melakukan presentasi, diusahakan untuk membawa brosur First Media yang berisi paket untuk berlangganan sekaligus contoh-contoh gambar penarikan jaringan yang dapat diperlihatkan kepada pihak yang hadir. *Community Relations* harus mengerti mengenai produk First Media sebelum menjelaskannya ke pihak lain. Penulis melakukan presentasi produk di Villa Poris Plawad 2 yang dihadiri oleh Ketua Paguyuban yaitu Pak Izus dan 5 (lima) orang warga lainnya. Presentasi produk dilakukan setelah penulis menjelaskan hasil *design* gambar area tersebut ke warga. Presentasi dilakukan pada Jumat, 13 Oktober 2017 pukul 15.00 WIB dengan membagikan brosur First Media ke beberapa warga dan menjelaskan terkait harga paket

yang disediakan serta menjawab beberapa pertanyaan yang diajukan oleh warga.

2. Izin kegiatan *Micro Marketing* (MM)

Micro Marketing (MM) merupakan kegiatan yang dilakukan setelah jaringan First Media aktif di suatu area perumahan. Tidak semua perumahan dapat dilakukan kegiatan ini karena tetap harus meminta izin dari pengurus warga yang berwenang di perumahan yang bersangkutan. Surat izin kegiatan ini dibuat sekaligus diajukan oleh staf *Community Relations* kepada *Community Head* atau *Developer/Estate Management*. Kegiatan *Micro Marketing* ada yang *event* yaitu pelaksanaannya bertepatan dengan penyelenggaraan hari tertentu seperti bertepatan dengan hari Kemerdekaan Indonesia dan ada yang *regular* yakni pelaksanaannya dilakukan pada hari biasa, namun tetap dilakukan pada akhir pekan yaitu Sabtu dan Minggu.

Terdapat beberapa jenis *Micro Marketing* yang disediakan untuk mendukung aktivitas *sales* dan *promotion* First Media, yaitu

a. Promovan (*Promotion Van*)

Kendaraan yang tidak hanya berfungsi sebagai *Outside Broadcast Van* tetapi juga dapat menjadi *demo trial* produk yang ditawarkan oleh First Media.

Gambar 3.5 *Promotion Van* First Media



b. Mini Promovan (*Mini Promotion Van*)

Kendaraan yang fungsinya sama dengan Promovan namun hanya ukurannya saja yang berbeda dan di Mini Promovan ini pengunjung dapat menikmati *popcorn* yang diberikan secara gratis.

Gambar 3.6 *Mini Promotion Van* First Media



c. Promobike (*Promotion Bike*)

Kendaraan yang fungsinya juga sama dengan Promovan dan Mini Promovan, hanya secara ukuran saja yang berbeda.

Gambar 3.7 *Promotion Bike* First Media



d. TV Bracket (tenda)

Tenda yang didirikan untuk kegiatan promosi yang juga disediakan televisi di dalamnya.

Gambar 3.8 Tenda First Media



Staf *Community Relations* dalam kegiatan *Micro Marketing* ini hanya sebagai pihak pembuka jalan yang artinya hanya pada mengurus izin dilakukannya kegiatan. Sedangkan yang menjalankan kegiatan ini pada saat hari H adalah tim *sales*. Jenis kegiatan ditentukan oleh tim *sales* tergantung pada besarnya area perumahan serta kendaraan yang tersedia. Tidak jarang dalam pelaksanaan kegiatan ini menemui hambatan, seperti *Community Head* meminta kompensasi karena perusahaan melakukan promosi di area mereka dan memerlukan listrik untuk menunjang alat promosi.

Seperti yang pernah ditemui oleh penulis saat mengajukan izin kegiatan MM di Kunciran Mas Permai. Ketua RW yang menjadi pengurus warga di sana meminta kompensasi sebesar Rp 1.000.000,- sebagai sumbangan ke kas warga untuk bisa menjalankan kegiatan MM. Sedangkan pada dasarnya perusahaan hanya menyediakan dana maksimal Rp 500.000,- untuk kegiatan ini dan harus berdasarkan pertimbangan sesuai atau tidak dana kompensasi yang diminta dengan kondisi perumahan di sana. Untuk perumahan yang memiliki *homepass*

di atas 300 baru bisa diberikan uang kompensasi tersebut. Untuk keputusan pemberian kompensasi juga harus mendapat persetujuan dari Dicky Murjani selaku *Division Head Community Relationship* baru selanjutnya dana kompensasi bisa diproses. Perumahan yang berhasil penulis dapatkan perizinan untuk kegiatan ini adalah Perumahan Sari Bumi Indah dengan jenis MM menggunakan Promovan.

Gambar 3.9 Surat Izin Kegiatan *Micro Marketing (MM)* yang disusun oleh penulis

Tangerang, 02 Oktober 2017

No. Ref : 011/LN/PRO-CR/02/2017
 Perihal : Micro Marketing Activity di PERUM SARI BUMI INDAH.

Kepada Yth,
 Pengurus Warga
 PERUM SARI BUMI INDAH
 Di Tempat

Up :

Dengan hormat,

Selubungan dengan telah hadirnya layanan TV berbayaran "HomeCable" dan jaringan internet broadband "FastNet" di PERUMAHAN wilayah PERUM SARI BUMI INDAH maka kami sebagai penyedia jasa multimedia bermaksud memohon Ijin kepada Bapak untuk dapat melakukan aktivitas penjualan langsung kepada para warga yang akan dilakukannya pada :

Hari/Tanggal : Sabtu - Minggu, 02 Oktober - 03 Oktober 2017
 Waktu : 08.30 - 16.30 WIB
 Tempat :
 PK : Sdr. Angga Kurniawan - Community Relations di No. 081281122884
 Sdr. Meiti Meilia - Community Relations di No. 099685278618

Adapun dalam kegiatan tsb meliputi :

- Display Mobil Promovan (uk. 6mx6m, +/-2000watt)
- Display demo produk (FastNet & HomeCable)
- Pemasangan Spanduk Bertang 5 pcs dan T-Banner 5 pcs (uk. 1mx5m)
- Tenda Dooce (uk. 3m x 3m) dan Meja 1 pcs + Kursi 4 pcs
- TV Bracket (+ 500watt)
- Direct Selling

Dengan surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
 PT LinkNet Tbk

 Dicky Murjani
 Community Relationship Head

Mengetahui,

 Angga Kurniawan
 Pengurus Warga
 Perum Sari Bumi Indah
 No HP: 0897886946933

Cc :
 -NRO Director
 -NRO Sales Head

PT Link Net Tbk
 BumiSula Plaza 4th floor Jl. Jenderal Soedirto No. 25 Jakarta Selatan 12930
 T : (02) 29 527 8881 F : (02) 29 527 8755
 www.linknet.co.id



Berikut adalah 3 (tiga) area yang sempat penulis ajukan untuk kegiatan *Micro Marketing* (MM):

Tabel 3.4 Daftar Area Kegiatan *Micro Marketing* yang diajukan penulis

No.	Nama Area	Status	Metode	Community Head		
				Nama	Posisi	Kontak
1	Cimone Mas Permai	Existing	AE (DKI)	Bpk. Shiddiq	Ketua RW 05	Alamat rumah: Jln. Halmahera IV
2	Perumahan Sari Bumi Indah	Existing	AE (DKI)	Bpk. Haji Darsongko	Ketua RW 17	0878-8674-6933
3	Kunciran Mas Permai	Existing	AE (DKI)	Bpk. Dipo	Ketua RW 06	0812-9750-7447 (Alamat rumah Jl. Lumba-lumba RT 03/RW 06)

3. Membuat *Form VIP Free*

Dalam memproses *VIP Free*, *Person In Charge* (PIC) *Community Relations* yang meng-handle area tersebut harus meminta surat pengajuan fasilitas *VIP Free* yang dibuat oleh pihak *Developer/Estate Management* ataupun *Community Head* beserta tanda tangan dari mereka sebagai bukti tertulis yang akan dilampirkan bersamaan dengan *form VIP Free*. Setelah itu, PIC CR mengisi *file VIP Free* yang sudah ada dalam bentuk Excel seperti mengisi nama tempat, nama dan nomor kontak orang yang menjabat saat ini. Tidak ketinggalan untuk mengisi juga alamat tempat yang diajukan untuk penerimaan layanan *VIP Free*, ID number atau *account number* yang bisa dilihat di intranet (*website* khusus yang menyimpan *database* PT Link Net Tbk dan hanya bisa diakses oleh staf perusahaan), fasilitas *VIP* apa yang akan diberikan, jangka waktu *VIP Free*, serta perhitungannya sesuai paket yang diberikan termasuk pajak 10% dan biaya sewa modem dan atau *decoder* jika ada dan juga perhitungan *construction cost*. Layanan *VIP Free* akan diberikan kepada pihak *Developer/Estate Management* atau *Community Head* apabila telah mendapat persetujuan dari Dicky Murjani dan Agus Setiono selaku *Head Division Community Relationship* dan Direktur *New Roll Out* (NRO).

Pada saat fasilitas *VIP Free* yang diberikan mendekati masa akhir, atas permintaan *Community Head* atau *Developer* maka PIC CR berhak untuk melakukan pengajuan kembali dengan membuat *form* yang disebut dengan *VIP Renewal*. *VIP Renewal* merupakan perpanjangan fasilitas *VIP Free* dari First Media kepada pihak *Community Head* atau *Developer/Estate Management* yang telah jatuh tempo masa berlakunya. Hal ini dipertimbangkan berdasarkan potensi area yang dilihat adanya kemajuan pembangunan dan peluang First Media untuk bertahan di area tersebut masih sangat besar. Untuk membuat *form* *VIP Renewal* ini memang tidak serumit membuat *form* *VIP Free* baru karena dibuat berdasarkan data dari *form* *VIP* sebelumnya, hanya memperbaharui waktu/tanggal, mengganti *contact person* apabila ada perubahan dan juga fasilitasnya.

Penulis telah beberapa kali mendapatkan tugas untuk membantu PIC *Community Relations* lain dalam membuat *Form* *VIP Free* baru dan *VIP Renewal*. Penulis dalam membuat *form* *VIP Free* berkoordinasi dengan staf *Planning Management Operation* (PMO) yang juga satu direktorat NRO untuk memberikan nominal *Construction Cost* yang dikeluarkan oleh PT Link Net Tbk dalam membangun jaringan di suatu area dan dibantu oleh *Admin Support* yang memberikan beberapa data yang tidak bisa diakses oleh mahasiswa magang. Selain itu, penulis beberapa kali dipinjamkan *account* oleh pembimbing lapangan untuk mengakses sendiri *database* yang diperlukan.

U N 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

3.4 Kendala Kerja Magang

Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis menemukan kendala yang disebabkan oleh beberapa faktor di antaranya yaitu

1. Konsep *Community Relations* yang dipelajari selama perkuliahan berbeda dengan konsep *Community Relations* yang diterapkan pada perusahaan, hal ini membuat penulis sedikit kesulitan untuk memahami konsep yang diterapkan oleh PT Link Net Tbk. *Developer* perumahan atau Pengurus Warga (Ketua RT/ Ketua RW/ Ketua Paguyuban) dalam hal ini disebut sebagai komunitas oleh PT Link Net Tbk, menurut penulis sedikit keliru karena komunitas yang penulis tahu adalah suatu perkumpulan orang-orang yang memiliki kesamaan minat maupun ketertarikan terkait hal-hal tertentu. Sehingga menurut penulis komunitas yang dimaksud oleh PT Link Net Tbk ini adalah pihak ketiga yang menghubungkan antara perusahaan dan *customer*.
2. Sulit untuk menyesuaikan waktu bertemu dengan *Community Head*. Hal ini dikarenakan pekerjaan sebagai *Community Relations* di sini dituntut untuk memiliki waktu yang fleksibel, sehingga jam kerja juga mengikuti waktu di mana *Community Head* bisa ditemui. Tidak jarang, *Community Head* meminta untuk ditemui pada sore maupun malam hari. Hal ini membuat penulis mengalami kesulitan pada saat melakukan kunjungan kerja.
3. Adanya area yang sudah dilakukan pendekatan sebelumnya dan telah mendapatkan izin dari pengurus warga namun karena *Backbone* masih jauh sehingga konstruksi pemasangan jaringan First Media ditunda sampai *Backbone* dekat. Hal ini membuat pengurus warga di area ini merasa dikecewakan dan menganggap First Media tidak serius dalam melakukan perluasan jaringan. Karena itu, pada saat dilakukan pengajuan ulang pengurus warga menjadi kurang segan untuk merespon pihak perusahaan yang datang.

4. Penulis beberapa kali mengalami kebingungan saat mengerjakan tugas untuk membuat *form VIP renewal*. Dalam membuat *form VIP renewal*, data diambil dari *form VIP* sebelumnya yang mana penulis sering kali menemukan data yang tidak akurat pada bagian “*Revenue Projection*” sehingga hasil hitungan tersebut tidak sesuai. Yang selama ini penulis ketahui, dalam masalah keuangan, penulisan nominal menjadi hal sensitif yang tidak boleh ada kesalahan.
5. Kendaraan kantor yang kurang terawat membuat penulis dan staf lain beberapa kali terhambat untuk melakukan kunjungan ke area.

3.5 Solusi Atas Kendala Kerja Magang

Solusi untuk mengatasi kendala kerja magang yang dihadapi adalah

1. Berusaha menyesuaikan diri dengan konsep *Community Relations* yang diterapkan oleh PT Link Net Tbk, memahami konsep *Community Relations* dari berbagai sumber dan berusaha membandingkan dengan mencari perusahaan lain yang juga memiliki komunitas.
2. Melakukan penyusunan jadwal kunjungan yang efektif dan selalu konfirmasi ke *Community Head* pada saat akan ke area sehingga setelah sampai di area bisa bertemu langsung dengan *Community Head*.
3. Menyampaikan keluhan yang ditemui di area kepada atasan bahwa terdapat *Community Head* yang kecewa dengan cara pendekatan yang dilakukan oleh PT Link Net Tbk.
4. Penulis berusaha lebih teliti lagi setiap diberikan tugas membuat *form VIP renewal*. Data yang sudah ada pada *form VIP* sebelumnya diverifikasi kembali, dilakukan *update* dan juga dikonfirmasi lagi dengan atasan.
5. Menggunakan kendaraan umum supaya tetap bisa melakukan kunjungan ke area.