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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Kanmo Retail Group

Gambar 2.1 Logo Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

Perusahaan tidak memiliki filosofi mengenai logo perusahaan.

Profil Perusahaan

Tabel 2.1 Profil Perusahaan. Sumber : HRD Kanmo Retail Group

Nama Perusahaan :	KANMO RETAIL GROUP (PT Multitrend Indo, PT Kanmo Retailindo, PT Sathya Retailindo, PT Swaadh Retailindo)
Alamat Perusahaan :	Gedung Menara Era level 14-15 Jl. Senen Raya #135-137 Jakarta Pusat 10410
Tahun berdiri :	2005
Fax :	(021) 3520724

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

Telepon :	(021) 3520729
Website :	www.kanmoretail.com
Jenis Usaha :	Tekstil dan Garmen

Kanmo Retail Group adalah sebuah bisnis retail yang merupakan bagian dari *K. Aloomall Grup* yang menangani berbagai macam bisnis seperti bisnis properti, produksi karpet, tekstil dan produk retail sejak 1940 di pasar regional dan global. *Kanmo Retail Group* memulai kegiatan bisnisnya di Indonesia pada tahun 2005 dimulai dengan pembukaan gerai perdana *Mothercare*, kemudian ditambah dengan ditambahnya gerai *ELC* pada tahun 2008 yaitu *Early Learning Center* yang merupakan toko khusus menjual mainan anak.

Kanmo Retail Group merupakan sebuah grup bisnis yang berfokus pada distribusi ritel saat ini sudah genap 10 tahun perjalanan bisnisnya di Indonesia, dalam tempo waktu tersebut Kanmo Retail Group menandainya dengan keberadaan 100 store di Indonesia. Dengan kesuksesan bisnis retail Kanmo Retail Group dalam segmen *kids and babies*, pada tahun 2011 Kanmo Retail Group memperluas portfolio bisnis ritel mereka dengan menambahkan segmen bisnis fashion dan *Food & Beverages.*

Saat ini, Kanmo Retail Group telah memiliki lebih dari 100 gerai yang beroperasi aktif dengan lokasi di kota-kota besar di seluruh Indonesia yaitu di Jakarta, Surabaya, Bandung, Bali, Medan, Yogyakarta, serta di Makassar. Perluasan bisnis ritel oleh Kanmo Retail Group di produk *kids and babies* diperkuat dengan bergabungnya brand *Gingersnaps* sebagai produsen pakaian ibu hamil serta bayi dan anak asal Filipina pada tahun 2009.

Di tahun 2011, Kanmo Retail Group mengekspansi bisnisnya ke segmen fashion dengan menambah 2 *fashion brand* wanita dan aksesoris asal Inggris yaitu *Karen Millen* dan *Coast*. Lini brand *Karen Millen* dan *Coast* adalah di bidang pakaian seperti *tops, dresses, skirts,* dan *pants* yang merupakan brand premium dengan range harga mulai dari Rp 500.000,- s.d. Rp 4.000.000,-.

Perkembangan bisnis dari Kanmo Retail Group di dunia fashion semakin terlihat kesuksesannya dengan kembali masuknya brand *Coach* yang menyediakan koleksi tas, aksesoris, sepatu, serta pakaian untuk kaum hawa. Perkembangan Kanmo Retail Group yang terus naik kembali membawa fashion brand anak yaitu *Justice*, serta *TM Lewin* yang merupakan brand yang berfokus pada setelan pria seperti kemeja, jas, dan celana. Kemudian dilanjutkan pada tahun 2013, Kanmo Retail Group mengembangkan sayapnya dengan dibukanya operasional food and beverages *Yo'Panino* sebuah gerai sandwich yang berlokasi di Plaza Indonesia.

Pada tahun 2014, Kanmo Retail Group kembali mengembangkan bisnisnya dengan melebarkan bisnis produk fashion anak dengan kehadiran *Pumpkin Patch.*Dan pada tahun 2015 ini, Kanmo Retail Group memperluas ekspansinya di industri fashion dengan membawa brand *lingerie* dan pakaian dalam wanita yaitu *women'secret.* Kemudian dilanjutkan dengan penambahan brand *Tinc* sebagai salah satu *retailer stationery* anak dengan design special dan *Nike Young Athletes.*

Fokus dari kegiatan bisnis ritel yang dilakukan oleh Kanmo Retail Group adalah untuk mencapai kepuasan dari pelanggan terhadap brand yang berada dibawah naungan Kanmo Retail Group, oleh sebab itu dengan melihat kepuasan para pelanggannya, Kanmo Retail Group membuat sebuah kartu Privilege yaitu *Privilege Club Program.*Dalam program ini Kanmo Retail Group menawarkan program yang bertujuan untuk membangun brand loyalty dari pelanggan terhadap brand-brand yang terdapat pada Kanmo Retail Group.Sampai saat ini, pengguna *Privilege Club Program* telah memiliki lebih dari 180,000 pelanggan setia.

Visi & Misi

Visi dan misi dari Kanmo Retail Group adalah *Impacting lifestyle with leading brands in world class retail environment.*Melalui dampak dari gaya hidup dengan merek terkemuka di lingkungan ritel yang berkelas dunia ini, *Kanmo Retail Group* merupakan sebuah perusahaan retail yang memiliki brand kelas atas.

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

Mothercare

Gambar 2.2 Logo Brand Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

*Mothercare*merupakan sebuah *retailer* global nomor satu di pasar ibu hamil, bayi dan anak – anak.Gerai *Mothercare* telah berdiri selama 50 tahun dan saat ini sudah mempunyai lebih dari 1200 toko di 55 negara.*Mothercare* sangat dipercaya oleh keluarga di seluruh dunia karena *Mothercare* sangat memahami suka duka nya menjadi orang tua sehingga dapat membantu hidup mereka lebih mudah. Di Indonesia, *Mothercare* beroperasi perdana di gerainya yang terletak di Mall Taman Anggrek pada tahun 2005. Dan semenjak itu *Mothercare* selalu memberikan yang terbaik untuk para orang tua dengan menyediakan semua kebutuhan mereka. Saat ini *Mothercare* Indonesia sudah ada 25 gerai yang tersebar di 5 kota besar Indonesia.

Di *Mothercare*, semua keperluan yang dibutuhkan oleh ibu hamil, bayi sampai anak umur 8 tahun dapat ditemukan. Produk-produk yang ditawarkan oleh Mothercare adalah produk *kids and babies* dengan kualitas yang terbaik baik bagi ibu maupun anaknya, produk tersebut diantaranya mencakup pakaian untuk ibu hamil dan menyusui, pakaian untuk bayi *(newborn babies)* hingga toddler di usia 8 tahun, *furniture* dan *home furnishing*, *bedding*, peralatan untuk makanan bayi, peralatan mandi, peralatan untuk travelling dan mainan.

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

Pada tahun 2012, *Mothercare* meluncurkan toko *online* pertamanya (*e-commerce*). Konsumen dapat mengaksesnya dan berbelanja secara *online* selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu, di www.mothercare.co.id. *Mothercare Online Store* yang hadir dalam 2 bahasa ini (Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia), berisi ribuan produk yang tersedia di *Mothercare*.Fitur yang ditawaran dalam *websiteMothercare* adalah informasi lengkap dari produk-produknya, serta fasilitas untuk membandingkan spesifikasi antara satu produk dengan produk lainnya.

Di gerai *Mothercare* juga bisa ditemukan brand distribution dari beberapa brand ternama yaitu seperti stroller canggih dari *Stokke*, *Silver Cross*, *Boogie Wipes*, *BabyBjorn*, *Nuby*, *Bugaboo.MacLaren*, dan masih banyak lagi.

Early Learning Centre

Gambar 2.3 Logo Brand Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

Early Learning Centre (ELC) adalah *retailer* spesialis mainan yang diperuntukkan bagi anak berumur 0-6 tahun.Produk mainan anak ini didedikasikan untuk membantu tumbuh kembang anak dan mengajak anak belajar melalui permainan yang mendidik dan mengajak anak untuk dapat berpikir.*ELC* didirikan pada tahun 1974 di Inggris dan saat ini telah berkembang menjadi bisnis global dengan lebih dari 500 toko di 42 negara.

ELC menciptakan mainan yang didesign secara khusus untuk membantu perkembangan kemampuan penting anak secara maksimal.

Semua mainan yang dimiliki oleh *ELC* didesain untuk menstimulasi perkembangan anak dalam berbagai cara, yaitu untuk membantu anak mengeksplorasi kreativitas serta imajinasinya, dan untuk membuat proses belajar anak menjadi sangat menyenangkan. Keamanan dari anak dan kualitas produkmerupakan fokus utama dari *ELC*, semuaproduk mainannya telah memenuhi standar keamanan mainan dari Inggris dan Eropa. Toko *ELC* didesain sedemikian rupa sehingga anak-anak dapat bermain dan agar orangtuanya dapat menemukan mainan terbaik untuk perkembangan buah hatinya.

Pada tahun 2012, *ELC* meluncurkan toko online pertamanya (*e-commerce*). Konsumen dapat mengaksesnya dan berbelanja secara online selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu, di www.elc.co.id. *ELC Online Store* yang hadir dalam 2 bahasa ini (Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia), berisi ribuan produk yang tersedia di *ELC*.Fitur yang ditawaran dalam *website ELC* adalah informasi lengkap dari produk-produknya, serta fasilitas untuk membandingkan spesifikasi antara satu produk dengan produk lainnya.

Gingersnaps

Gingersnaps
smart clothes for great kids

Gambar 2.4 Logo Brand Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

Gingersnaps merupakan *leading brand*fashion untuk anak-anak dan pakaian untuk ibu hamil yang berasal dari Filipina.*Gingersnaps* diawali dengan memasukkan produk pakaiannya di *department store* yang berada di Manila pada tahun 1994 hingga akhirnya sampai saat ini brand tersebut

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

bisa melakukan ekspansi internasional ke Indonesia, Singapura, Thailand, Malaysia, United Arab Emirates, dan Arab Saudi. Di tahun 2009, *Gingersnaps* mulai memasuki pasar Indonesia dengan produknya yaitu pakaian dan aksesoris untuk bayi, anak-anak hingga umur 14 tahun, dan calon ibu.Ciri khas dari *Gingersnaps* adalah pakaian dengan warna-warna pastel dan didesain *vintage* yang *longlasting*.

Justice

Gambar 2.5 Logo Brand Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

Justice adalah brand khusus untuk pra-remaja dari Amerika Serikat yang telah memiliki gerai lebih dari 900 gerai di Amerika Serikat, Kanada, Timur Tengah, Rusia, Australia, dan Filipina kini hadir di Indonesia. Justice memfokuskan target *market*-nya untuk anak praremaja usia 6—14 tahun agar mereka menemukan gaya dan penampilan yang pas dengan usia dan karakter anak praremaja yang aktif. Karena di usia praremaja, khususnya perempuan, mereka mulai memperhatikan penampilan dan tren mode yang sedang *update*. Banyak anak praremaja akhirnya terpaksa memakai aksesori dan pakaian dari *brand* untuk orang dewasa sehingga penampilan mereka terlihat lebih dewasa dari usianya. Pada tahun 2013, *Justice*mulai memasuki pasar Indonesia dengan koleksi pakaian bertema *Sugar Rock* dan *Retro Twist*.

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

Pumpkin Patch

Gambar 2.6 Logo Brand Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

Pumpkin Patch lahir di *New Zealand*, pada tahun 1990 yang diawali dengan visi para perempuan untuk menghadirkan *childrenswear* dengan kualitas, gaya yang unik serta harga yang terjangkau. *Pumpkin Patch* semakin bertumbuh setiap tahunnya, diawali dari *mall-order business* hingga diawali dengan dibukanya toko ritel pertama mereka di *Auckland*.

Pada tahun 1993, *Pumpkin Patch* mulai memperluas jangkauannya ke Tasmania, Australia.Diawali dari negara tetangga hingga ke seluruh dunia, hingga saat ini *Pumpkin Patch* sudah dikenal di Amerika Serikat, Inggris, Asia, dan Timur Tengah. Saat ini, *Pumpkin Patch* sudah memiliki lebih dari 200 store yang beroperasi di 22 negara di dunia. *Pumpkin Patch* memiliki gaya*'seriously fun'*, inspiratif dan inovatif ini memang diimpikan bagi para orangtua.

Karen Millen

Gambar 2.7 Logo Brand Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

Karen Millen merupakan *fashion brand* wanita yang memberikan kesan mewah dan *glamour* untuk wanita di seluruh dunia.Didirikan tahun

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

1981 oleh Kevin Stanford dan Karen Millen sebagai label yang unik dan independen, hingga bisa menjadi global *brand* yang menawarkan kemewahan, namun tetap dengan harga yang terjangkau.Kemudian di tahun 1983, Stanford dan Millen membuka toko pertama mereka di Kent, Inggris.

Perusahaannya terus berkembang, dan sekarang kehadiran global *Karen Millen* membentang dari Inggris ke Eropa, Rusia, Asia, Australia, dan Amerika Serikat.*Karen Millen* yang dikenal di seluruh dunia dengan potongannya yang sempurna – dari jaket kulit trendi sampai pakaian resmi – dan biasanya berkisar seharga IDR 800,000 sampai IDR 5,000,000.

Coast

Gambar 2.8 Logo Brand Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

Coast merupakan salah satu *leading brand*di London, dimana spesialisasinya adalah busana yang *occasion wear* dan sedikit busana yang dapat dipakai secara kasual. Alasannya adalah karena wanita di Inggris membutuhkan busana untuk menghadiri *tea party, horse race, wedding, bridesmaid*, dsb; karennya koleksi *Coast* kebanyakan berupa *dress*.

Koleksi *Coast* merupakan perpaduan yang seimbang antara *glamour*, elegan, siap untuk dikenakan untuk acara "*red carpet*", dan canggih. Koleksi *Coast* juga dapat dikenakan untuk waktu yang lama (*timeless*), tetapi tetap elegan sehingga dapat digunakan 5-10 tahun ke depan. Jadi dengan memiliki koleksi *Coast* dapat menjadikan investasi yang bagus.

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

Coast merupakan pilihan yang tepat untuk dikenakan pada acara-acara *special*. Dengan memperhatikan detail dan dibuat dengan bahan yang berkualitas, *Coast* telah memenangkan beberapa penghargaan di bidang *fashion* di Inggris. Selain itu, *Coast* dapat digunakan oleh semua bentuk tubuh, baik yang *pear shape*, *boyish*, *petite*, dsb.

Coach

Gambar 2.9 Logo Brand Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

*Coach*pertama kali dibuat pada tahun 1941 di sebuah loteng kecil di daerah Manhattan, New York. Dibuat oleh 6 orang perancang menggunakan bahan kulit yang tidak umum dipakai, yaitu bahan yang sama yang digunakan untuk membuat sarung tangan baseball. Pendiri *Coach* telah mengamati betapa kuatnya bahan sebuah sarung tangan baseball walau dipakai dalam keadaan apapun dan walaupun mengalami ratusan gesekan dan benturan setiap harinya, akan semakin halus dan lembut setelah mengalami abrasi. Kemudian, muncullah ide untuk memproduksi tas*Coach*, yang dibuat dari bahan yang kuat dan tahan banting lalu diproses menjadi lembut dan kenyal.

*Coach*kemudian menjadi terkenal di seluruh dunia berkat kemaksimalan mutu dari produksinya. Dari bahan kulit yang dipersiapkan untuk memproduksi tas*Coach*, hanya 10% yang akhirnya akan lulus uji

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

untuk dipersiapkan ke tahap berikutnya. Kemudian, tas*Coach* akan memulai pemprosesan kulit dalam sebuah drum selama beberapa hari dengan cara-cara alami sehingga kulit yang dihasilkan benar2-benar lembut dan nyaman disentuh.

Sejak tahun 2002, penjualan *Coach*meningkat drastis dan semakin dikenal tidak hanya di negeri asalnya, Amerika Serikat, tapi juga menyebrang sampai ke benua-benua lainnya. Akhirnya pada tahun 2012, *Coach*mulai memasuki pasar Indonesia di bawah naungan *Kanmo Retail Group*. Toko pertamanya dibuka di Plaza Senayan, dengan merefleksikan konsep desain dari Soho yang unik.

women'secret

Gambar 2.10 Logo Brand Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

women'secret merupakan *brand* yang menawarkan rangkaian pakaian dalam, pakaian tidur, aksesoris dan pakaian renang untuk perempuan masa kini. *Brand* ini adalah spesialis di dunia perempuan, diciptakan untuk dan oleh perempuan.Sedari awal, *women'secret* membangun *global brand* yang menggabungkan prestis, feminitas, modernitas, dan harga yang sesuai.

Brand yang dibangun pada tahun 1993 ini adalah bagian dari *Grupo Cortefiel*, grup tekstil terbesar kelima di Eropa. Toko pertamanya dibuka di tengah kota Madrid, Spanyol. Tujuannya adalah untuk menjadi pemimpin dalam kreativitas, efisiensi, dan sensitivitas dalam lini pakaian dalam dan *lingerie*.Kesuksesannya di Spanyol menjadi semakin besar dan dibuktikan

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

dengan ekspansinya ke luar negeri di tahun 2001. Hingga saat ini, *women'secret* telah memiliki lebih dari 639 toko di 58 negara di dunia, termasuk Indonesia

TM Lewin

Gambar 2.11 Logo Brand Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

Brand fashion pria asal Inggris ini adalah *brand* ternama yang sudah tak asing lagi bagi para penggemar kemeja dan jas formal. *T.M. Lewin* memproduksi kemeja dan aksesori dengan inovasi.*T.M. Lewin* dibuat dari bahan seperti katun dan wol murni yang nyaman dipakai, serta tidak mudah kusut.

Toko pertamanya dibuka pada tahun 1898 di *Jermyn Street*, Inggris, oleh *Mr. Thomas Mayes Lewin*. Lewin mencipatkan inovasi baru di industri ini, karena seratus tahun yang lalu kemeja tidak memiliki kancing di bagian depan. Namun, *T.M. Lewin* membuat '*coat-shirts*' yang tidak hanya mejadi tren pada saat itu, tapi sampai sekarang.

Yo' Panino

Gambar 2.12 Logo Brand Perusahaan. Sumber : PR Kanmo Retail Group

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

Yo' Panino menghadirkan roti yang dipanggang hangat dengan pilihan isian dan daging yang beragam, dilengkapi dengan berbagai sayuran dan taburan, serta enam varian saus *Awesome Saucesomes*. Konsep *Yo' Panino* adalah memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk berkreasi membuat sandwich khasnya sendiri, sesuai dengan suasana hati dan kepribadian masing-masing.Dengan motto memberikan kesegaran dan rasa spesial, *Yo' Panino* selalu berhati-hati dalam memilih bahan-bahan agar kesegarannya sampai kepada pelanggan.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Dalam melaksanakan kegiatan praktek kerja magang di Kanmo Retail Group selama bulan Juni hingga Agustus, penulis ditempatkan dalam divisi *Marketing & Communications* sebagai *Public Relations Assistant* yang dibimbing oleh Diana Riasari dan Desita Aisyari selaku *Group Public Relations* dari Kanmo Retail Group. Kanmo Retail Group memiliki banyak merek yang dimulai dari segmen *kids & babies, fashion retail*, serta *food & beverages*.

Divisi *Marketing & Communications* Kanmo Retail Group mempunyai tugas untuk memasarkan produk yang berada di bawah brand-brand yang dimiliki oleh Kanmo Retail Group.Dalam melakukan kegiatan marketing dari produk tersebut, para karyawan melakukan beberapa kegiatan seperti membuat event, melakukan endorsement dengan influencers, dan lain-lain.

Uraian Tugas Secara Umum:

a. *Public Relations Assistant*

Selama 3 bulan melakukan praktek kerja magang di Kanmo RetailGroup, penulis ditempatkan sebagai assistant public relations

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

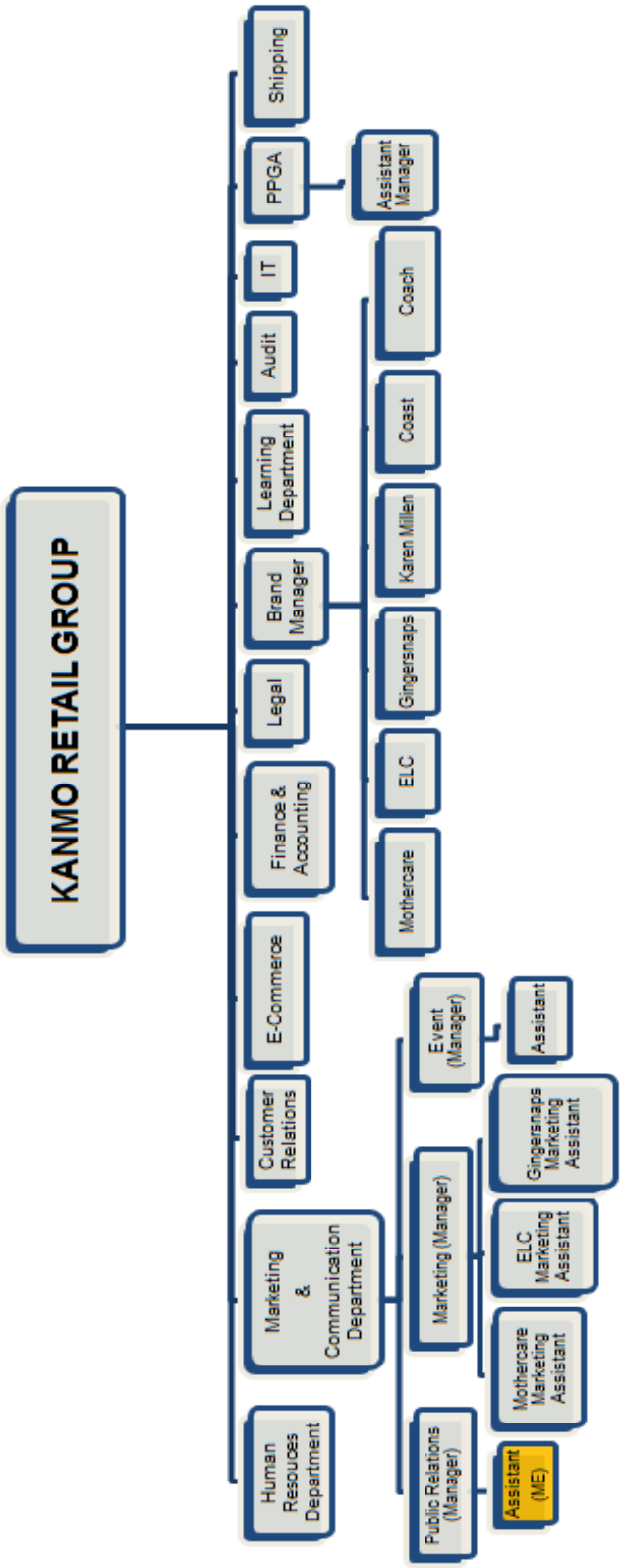
Kanmo Retail Group yang memegang *all brand* di bawah naungan Kanmo Retail Group. Penulis dapat memahami penerapan dari praktek kerja seorang Public Relations serta mendapatkan banyak pelajaran baru. Pekerjaan yang dilakukan oleh penulis dibawah bimbingan Diana Riasari dan Desita Aisyari adalah melakukan media monitoring terhadap brandyang ada yaitu *Mothercare, Early Learning Center (ELC), Gingersnaps, Pumpkin Patch, Justice, Coach, Coast, Karen Millen, women'secret, TM Lewin dan Yo'Panino,* penulis diajak untuk membantu memberi gagasan dalam membuat sebuah *event media gathering*, membangun hubungan dengan media yang bekerja sama dengan Kanmo Retail Group seperti *Ayahbunda, Mother & Baby, Parenting, Harper's Bazaar, Dewi, Elle, Cleo,Grazia,* dan lain-lain.

Penulis memiliki kesempatan untuk menghubungi blogger yang mempunyai kerja sama endorsement dengan Kanmo Retail Group, menghubungi *blogger* serta *influencer* untuk berpartisipasi dalam event yang dilakukan KRG, melakukan *media monitoring* dan *monitoring endorsement*, menyiapkan *press kit*, serta membuat surat kerja sama peminjaman dengan media apabila ada media yang ingin meminjam produk salah satu brand yang berada di bawah Kanmo Retail Group.

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

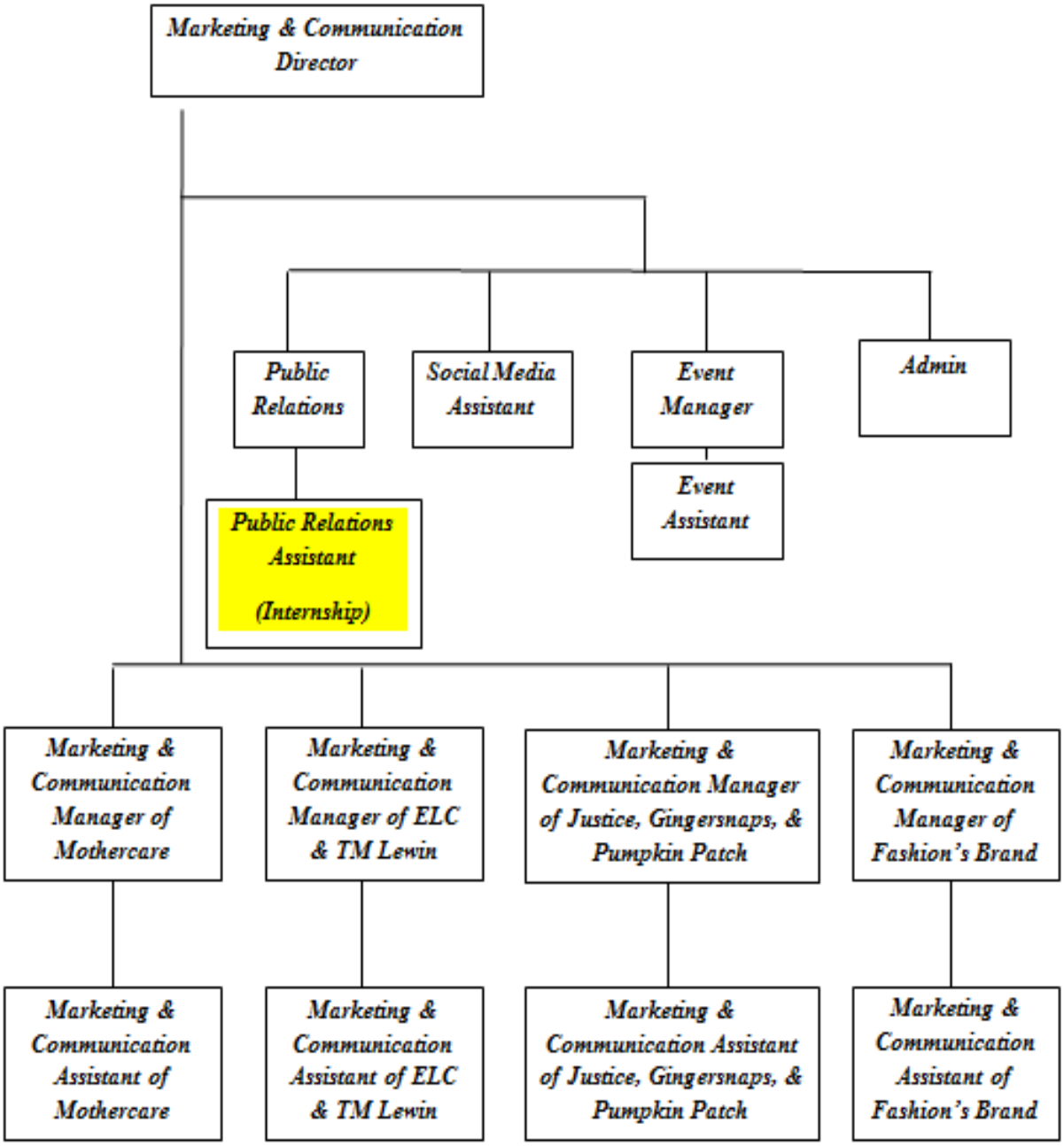
2.2.1 Struktur Organisasi di Kanmo Retail Group

Tabel 2.2.1 Struktur Organisasi. Sumber: HRD Kanmo Retail Group 2014



2.2.2Struktur Organisasi di Divisi *Marketing & Communication*

Tabel 2.2.2 Struktur Organisasi. Sumber: HRD Kanmo Retail Group 2014



Job Description Divisi *Marketing & Communications:*

1. *Marketing & Communication Director*

- Bertanggung jawab terhadap seluruh *brand*yang berada di bawah naungan Kanmo Retail Group.
- Memperhatikan dan mengawasi setiap kegiatan *Marketing & Communication*yang sedang berjalan dan akan berjalan.
- Mengawasi tugas-tugas dan pekerjaan yang dilakukan oleh*Marketing & Communication Manager, Marketing & Communication Assistant, Public Relations, Social Media Assistant, Admin*, dan *Event Manager & Assistant*.
- Menjadi perantara komunikasi antara *CEO* dari Kanmo Retail Group dengan seluruh karyawan yang berada di Divisi *Marketing & Communication*.

2. *Public Relations*

- Melakukan *media monitoring*.
- Bertanggung jawab terhadap seluruh *brand* yang berada di bawah naungan *Kanmo Retail Group* baik *kids & babies* dan *fashion*.
- Menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal seperti rekan-rekan media, *public figure* atau selebriti, *bloggers*, dan *influencers*.
- Melakukan kerjasama dengan media atau *public figure* yang *non-paid* (imbalan tidak berupa uang tetapi dapat berupa barang, misalnya: *endorsement*).

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

3. *Social Media Assistant*

- Bertanggung jawab dalam menjalankan seluruh*social media* dari beberapa *brand* yang berada di bawah naungan *Kanmo Retail Group* (berupa *twitter, instagram*, dan *facebook*).
- Menangani dan menjawab segala kritik dan saran yang disampaikan oleh pengguna *social media*.
- Merancang dan membuat konten apa saja yang akan di *upload* dalam masing-masing *social media*, dimana biasanya sudah direncanakan untuk 1 bulan ke depan.
- Membuat desain untuk di *upload* di masing-masing *social media*.

4. *Event Manager*

- Membuat rencana dan konsep dalam melakukan kegiatan *Marketing & Communication*(berupa *event* untuk setiap brand yang berada di Kanmo Retail Group).
- Merealisasikan rancangan dan konsep yang sudah dibuat.
- Bertanggung jawab terhadap *brand fashion* dan beberapa *brand*kids and babies.

5. *Event Assistant*

- Melaksanakan kegiatan *Marketing & Communication* (berupa *event*).
- Membantu *Event Manager*dalam pelaksanaannya.
- Lebih difokuskan kepada *brand Mothercare, ELC*, dan *T.M. Lewin*.

6. *Admin*

- Mengurus administrasi keuangan di Divisi *Marketing & Communication.*
- Membuat PO (*Pre-Order*) untuk kegiatan-kegiatan *Marketing & Communication*(tidak hanya berupa *event*, tapi juga untuk sa*les*seperti stock barang baik di brand *kids and babies* maupun *fashion, POP / Point Of Purchase*, dsb).

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015

- PO yang dibuat adalah untuk seluruh *brand*.

7. *Marketing & Communication Manager*

- Merancang dan menjalankan strategi Marketing 360°, yaitu melakukan komunikasi kepada konsumen melalui berbagai *chanel* komunikasi. Caranya dengan melakukan kegiatan di bidang *advertising, public relations, sales promotions, direct marketing, personal selling,* dan *event*.
- Merupakan kepala dari Divisi *Marketing & Communication*, dan pelaksanaannya dibantu oleh setiap divisi lainnya.
- Mengawasi pekerjaan dari *Marketing & Communication Assistant, Public Relations, Social Media,* dan *EventManager & Assistant*.
- Melakukan kerjasama dengan media, *public figure* atau pihak ketiga lainnya yang berbayar.

8. *Marketing & Communication Assistant*

- Membantu *Marketing & Communication Manager* dalam pelaksanaannya.
- Mem-*follow up* beberapa pekerjaan *Manager*. Misalnya saat *Manager*melakukan*job request* kepada bagian desain, *Assistant* yang mem-*follow up* ke bagian desain.
- Membuat *event report* setelah *event* berlangsung.

Aktivitas public relations..., Janet Diademor, FIKOM UMN, 2015