



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

Berdasarkan gambar 2.3 yang memuat struktur organisasi perusahaan, terlihat penulis memiliki kedudukan di bawah *Marketing & Advertising Department* sebagai *Traffic intern* dimana terdapat 3 orang *Marketing & Advertising Officer* atau dapat disebut sebagai *Traffic Officer* yang turut berkoordinasi dengan penulis selama periode kerja magang. Selama dalam masa kegiatan magang, penulis membantu Bapak Nico Setiawan, Ibu Erika Wowor, dan Ibu Shelvi Labessy selaku *Traffic Officer* pada divisi *Marketing & Advertising* dalam aktivitasnya selama kurang lebih 3 bulan penuh. Dalam kegiatannya, divisi *marketing & advertising* selalu berkoordinasi dengan pihak *creative*, *Merchandiser*, dan *Product Development Service* terkait mengenai pembuatan iklan promosi.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama kegiatan kerja magang yang berlangsung mulai dari 12 Agustus 2014 hingga 31 Oktober 2014, ada beberapa tugas yang penulis lakukan sebagai berikut :

Tabel 3.1 Jenis Pekerjaan dalam Praktik Kerja Magang

No.	Jenis Pekerjaan	Koordinasi
1.	<i>Brand Loyalty Program</i>	Bapak Niko Setiawan (<i>Traffic Officer</i>).
	- <i>Tender meeting</i> dengan <i>supplier</i> percetakan untuk pembuatan brosur & stiker mengenai promo koleksi alat masak eksklusif.	Bapak Niko Setiawan (<i>Traffic Officer</i>).

	- Melakukan pengecekan serta verifikasi <i>barcode</i> harga alat masak dari brosur & stiker yang sudah dicetak ke bagian IT.	Bapak Niko Setiawan (<i>Traffic Officer</i>).
	- Mengirim buku panduan penggunaan & informasi mengenai alat masak ke seluruh toko Matahari yang tersebar di seluruh Indonesia ke agen pengiriman.	Bapak Niko Setiawan (<i>Traffic Officer</i>).
2.	<i>Print Ads</i> bulan September 2014	Bapak Niko Setiawan (<i>Traffic Officer</i>), Ibu Shanez (<i>Product Development Service</i>), dan Ibu Jessica (<i>Art Director</i>).
	- Pemilihan model untuk pemotretan iklan promo bulan september 2014.	Bapak Niko Setiawan (<i>Traffic Officer</i>).
	- Mengemas pakaian yang telah dipilih oleh divisi <i>Product Development Service</i> untuk dikirim ke studio foto.	Bapak Niko Setiawan (<i>Traffic Officer</i>) dan Ibu Shanez (<i>Product Development Service</i>).
	- Mengawasi jalannya pemotretan untuk <i>layout</i> iklan promo bulan september 2014.	Bapak Niko Setiawan (<i>Traffic Officer</i>), Ibu Shanez (<i>Product Development Service</i>), dan Ibu Jessica (<i>Art Director</i>).
	- Pengembalian pakaian yang sudah dipakai dalam pemotretan ke toko Matahari di Lippo Karawaci.	Bapak Niko Setiawan (<i>Traffic Officer</i>).
3.	<i>Store Opening</i> di Big Mall & OPI Mall	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>), Ibu Christina (<i>Product Development Service</i>), dan Ibu Diana (<i>Art Director</i>).
	- Memberi informasi mengenai pembukaan toko baru kepada para <i>Merchandiser</i> .	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
	- Peminjaman pakaian, aksesoris, dan produk lainnya dari masing-masing <i>Merchandiser</i> .	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .

	- Permintaan harga serta promo untuk <i>store opening</i> Big Mall & OPI Mall atas pakaian, aksesoris, dan produk lainnya kepada masing-masing <i>Merchandiser</i> .	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
	- Mengemas pakaian yang telah dipilih oleh divisi <i>Product Development Service</i> , serta produk lainnya untuk dikirim ke studio foto.	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>), dan Ibu Christina (<i>Product Development Service</i>).
	- Mengawasi jalannya pemotretan untuk <i>layout</i> iklan promo <i>store opening</i> Big mall & OPI mall.	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>), Ibu Christina (<i>Product Development Service</i>), dan Ibu Diana (<i>Art Director</i>).
	- Mengembalikan semua pakaian, aksesoris, dan produk lainnya yang sudah dipakai dalam pemotretan ke para <i>Merchandiser</i> .	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
	- Membantu pihak kreatif (<i>art director</i>) dalam pemasukan harga & promo serta produk yang telah difoto ke dalam <i>layout</i> iklan.	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>), dan Ibu Diana (<i>Art Director</i>).
4.	<i>Print Ads "Christmas" Desember 2014</i>	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>), Ibu Shanez (<i>Product Development Service</i>), dan Ibu Diana (<i>Art Director</i>).
	- Memberi informasi mengenai <i>event Christmas</i> / Natal kepada para <i>Merchandiser</i> .	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
	- Peminjaman pakaian, aksesoris, dan produk lainnya dari masing-masing <i>Merchandiser</i> .	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
	- Permintaan harga serta promo untuk <i>event Christmas</i> atas pakaian, aksesoris, dan produk lainnya kepada masing-masing <i>Merchandiser</i> .	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
	- Mengemas pakaian yang telah dipilih oleh divisi <i>Product Development Service</i> , serta produk lainnya untuk dikirim ke studio foto.	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>), dan Ibu Shanez (<i>Product Development Service</i>).
	- Mengawasi jalannya pemotretan untuk <i>layout</i> iklan promo <i>christmas</i> / natal.	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>), Ibu Shanez (<i>Product Development Service</i>), dan Ibu Diana (<i>Art Director</i>).

	- Mengembalikan semua pakaian, aksesoris, dan produk lainnya yang sudah dipakai dalam pemotretan ke para <i>Merchandiser</i> .	Ibu Erika (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
5.	<i>Store Opening Mall Balikpapan Baru</i>	Ibu Shelvi (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
	- Memberi informasi mengenai pembukaan toko baru kepada para <i>Merchandiser</i> .	Ibu Shelvi (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
	- Peminjaman pakaian, aksesoris, dan produk lainnya dari masing-masing <i>Merchandiser</i> .	Ibu Shelvi (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
	- Permintaan harga serta promo untuk <i>store opening</i> Mall Balikpapan Baru atas pakaian, aksesoris, dan produk lainnya kepada masing-masing <i>Merchandiser</i> .	Ibu Shelvi (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
	- Mengemas pakaian, aksesoris serta produk lainnya yang telah dipilih langsung oleh <i>Traffic Officer</i> untuk dikirim ke studio foto.	Ibu Shelvi (<i>Traffic Officer</i>)
	- Mengembalikan produk yang sudah difoto untuk layout iklan ke para <i>Merchandiser</i> .	Ibu Shelvi (<i>Traffic Officer</i>) dan para <i>Merchandiser</i> .
6.	<i>Approval iklan promo & Pemasangan iklan di ruang display</i>	Seluruh <i>Traffic Officer</i> , Tim Kreatif, Ibu Tanty (<i>GMM DP</i>)& Ibu Diah (<i>GMM CV</i>).

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Pada proses pelaksanaannya, penulis turut serta membantu perusahaan dalam melakukan kegiatan pada divisi *Marketing & Advertising*. Kerja praktek yang dilakukan oleh penulis secara keseluruhan berkaitan dengan bidang promosi dan iklan, baik dari persiapan sebelum dibuat materi iklan promosi, proses produksi materi iklan promosi tersebut, hingga merealisasikan pembuatan iklan promosi tersebut sampai dicetak di surat kabar dan majalah.

Berikut adalah uraian proses pelaksanaan yang dilakukan oleh penulis selama periode kerja magang:

3.3.1.1 Brand Loyalty Program

Brand Loyalty Program merupakan salah satu bentuk promosi jangka panjang yang dilakukan oleh PT Matahari Department Store. Dalam promosi yang berjangka waktu 3 bulan ini, setiap konsumen yang melakukan pembelian di Matahari Department Store pada setiap kelipatan pembelian sebesar Rp.100.000, maka konsumen akan mendapatkan 1 stiker untuk ditempel di brosur khusus yang telah disediakan. Stiker yang telah dikumpulkan dan ditempel di brosur tersebut nantinya dapat ditukarkan dengan koleksi alat masak merek WMF yang berasal dari Jerman.

a. Tender meeting dengan supplier percetakan untuk pembuatan brosur & stiker mengenai promo koleksi alat masak eksklusif.

Penulis bersama dengan seorang *traffic officer* berpartisipasi dalam *tender meeting* yang diadakan bersama dengan 4 orang supplier percetakan untuk membahas penggunaan bahan dan kuantitas kertas brosur & stiker yang akan digunakan dalam promo *brand loyalty program*. Dalam *meeting* ini, penulis ikut mengamati serta membantu supervisor dalam melakukan perhitungan harga yang ditawarkan oleh masing-masing supplier serta membantu supervisor dalam memilih supplier percetakan yang layak untuk dijadikan rekan bisnis dalam melakukan percetakan brosur & stiker.

b. Melakukan pengecekan serta verifikasi *barcode* harga alat masak dari brosur & stiker yang sudah dicetak ke bagian IT.

Setelah brosur & stiker selesai dicetak oleh supplier percetakan terpilih, maka penulis diminta untuk melakukan pengecekan ulang terhadap brosur & stiker promo *brand loyalty program* tersebut. Dalam pekerjaan ini, penulis diperbolehkan oleh supervisor untuk melakukan revisi jika terdapat kesalahan atau ketidaksesuaian antara brosur & stiker yang sudah dicetak dengan brosur & stiker asli yang dimiliki supervisor. Setelah melakukan pengecekan, penulis

diminta untuk mengunjungi bagian IT untuk melakukan verifikasi barcode harga dari masing-masing koleksi alat masak yang tertera pada brosur promosi tersebut dengan menggunakan alat *barcode scanner*. Setelah tahap verifikasi dan pengecekan brosur & stiker selesai, serta mendapat persetujuan dari atasan maka selanjutnya penulis menyerahkan kepada atasan untuk dilakukan proses distribusi brosur & stiker tersebut ke seluruh Matahari Department Store di Indonesia.

c. Mengirim buku panduan penggunaan & informasi mengenai alat masak ke seluruh toko Matahari yang tersebar di seluruh Indonesia ke agen pengiriman.

Penulis juga diminta oleh atasan untuk melakukan pengecekan buku panduan penggunaan & informasi mengenai alat masak merek WMF dalam promo *brand loyalty program* tersebut. Dalam pekerjaan ini, penulis diharuskan untuk menempelkan label kode toko Matahari yang tersebar di seluruh Indonesia kepada masing-masing buku panduan tersebut. Setelah penempelan label dilakukan dan mendapat persetujuan dari atasan, maka penulis menyerahkan buku panduan tersebut untuk didistribusikan ke seluruh Matahari Department Store di Indonesia melalui bantuan agen pengiriman.

3.3.1.2 Print Ads bulan September 2014

Print Ads atau iklan cetak merupakan salah satu bentuk promosi andalan yang selalu digunakan oleh PT Matahari Department Store dalam menjalankan promosinya. *Print ads* ini ditujukan untuk dipublikasikan di media massa seperti koran dan majalah.

a. Pemilihan model untuk pemotretan iklan promo bulan september 2014.

Pemilihan model untuk pemotretan iklan merupakan salah satu tahap *pre production* atau tahap sebelum produksi materi layout iklan dilakukan. Dalam kesempatan ini, penulis dipercayakan oleh atasan untuk memilih model iklan untuk promo bulan september 2014. Sebelum melakukan pemilihan model iklan, penulis diberikan beberapa referensi dari majalah-majalah oleh atasan

dan pada akhirnya penulis berhasil memilih beberapa model iklan yang terdiri dari 1 model *man*, 1 model *ladies*, 2 model *youth (boy & girl)*, dan 2 model *kids (boy & girl)*. Dalam proses pemilihan model iklan, penulis harus menyesuaikan model dengan tema promosi pada bulan september tersebut, lalu penulis juga diminta untuk mencatat data lengkap model tersebut beserta agensinya. Dan yang terpenting, penampilan model iklan tersebut harus mendukung antara model yang satu dengan yang lainnya. Setelah itu penulis harus memberikan laporan kepada atasan mengenai model iklan yang telah dipilih.

b. Mengemas pakaian yang telah dipilih oleh divisi *Product Development Service* untuk dikirim ke studio foto.

Pemilihan pakaian yang nantinya akan digunakan oleh para model iklan sepenuhnya ditangani oleh divisi *product development service* (PDS). Dalam hal ini penulis diminta untuk membantu salah satu orang dari divisi PDS untuk melakukan pengecekan ulang terhadap pakaian-pakaian yang telah di pilih. Pengecekan ulang terhadap pakaian yang telah dipilih penting untuk dilakukan agar menghindari adanya pakaian yang tidak sesuai dengan tema promosi maupun adanya pakaian yang cacat produksi. Selain itu, penulis membantu mengemas pakaian-pakaian yang telah dipilih untuk dimasukkan ke dalam koper atau box yang nantinya langsung dikirim ke studio foto.

c. Mengawasi jalannya pemotretan untuk *layout* iklan promo bulan september 2014.

Tahap pemotretan atau *photoshoot* merupakan tahap produksi materi iklan promosi PT Matahari Department Store. Pemotretan untuk *layout* iklan promo bulan september 2014 ini diadakan di studio foto yang terletak di daerah Cilandak, Jakarta Selatan. Dalam proses pemotretan, penulis diharuskan untuk mengawasi jalannya pemotretan agar sesuai seperti jadwal yang telah ditentukan oleh supervisor, selain itu, penulis juga bekerjasama dengan salah seorang dari divisi PDS untuk memastikan bahwa model iklan yang difoto mengenakan pakaian yang sesuai. Menuju sesi akhir pemotretan, penulis

diminta untuk membantu salah seorang *art director* dari tim kreatif dalam pemilihan foto model maupun foto produk yang telah selesai difoto.

d. Pengembalian pakaian yang sudah dipakai dalam pemotretan ke toko Matahari di Lippo Karawaci.

Setelah tahap pemotretan selesai, penulis diharuskan untuk melakukan pengembalian pakaian-pakaian yang sudah dipakai dalam pemotretan tersebut ke Matahari Department Store yang terletak di Lippo Karawaci. Tahap pengembalian pakaian ini termasuk kedalam tahap *post production* atau tahap setelah proses produksi (*photoshoot*) dilakukan. Penulis juga harus memastikan bahwa semua pakaian yang dikembalikan harus lengkap, karena jika tidak, divisi *marketing & advertising* harus membayar denda kehilangan pakaian tersebut. Setelah pengembalian dilakukan, penulis harus memberi laporan kepada supervisor.

3.3.1.3 Store Opening di Big Mall & OPI Mall

PT Matahari Department Store merupakan salah satu perusahaan retail besar yang selalu melakukan ekspansi setiap tahunnya. Khususnya pada tahun 2014 ini, PT Matahari Department Store menargetkan untuk membuka toko di berbagai daerah yang belum terjangkau sebelumnya. Salah satunya yaitu ingin membuka toko baru di Big Mall yang terletak di Samarinda, dan OPI Mall di Palembang. Pada kesempatan ini, penulis diberi tanggung jawab untuk menjadi PIC (*Person in Charge*) untuk membantu supervisor dalam proses pembuatan materi promosi untuk *layout* iklan *store opening*.

a. Memberi informasi mengenai pembukaan toko baru kepada para Merchandiser.

Setelah penulis bersama dengan supervisor melakukan briefing singkat mengenai pembukaan toko baru di Big Mall Samarinda & OPI Mall Palembang, penulis diminta untuk mengunjungi masing-masing *merchandiser* mulai dari *merchandiser* pemegang produk *ladies, man, youth, kids* dari bagian *direct purchase* (DP) maupun dari bagian *consignment vendor* (CV) untuk

menginformasikan tentang *store opening* Big Mall Samarinda & OPI Mall Palembang. Selain itu, penulis juga menginformasikan ke para *merchandiser* tentang permintaan pakaian, aksesoris, dan produk lainnya serta pemberitahuan *deadline* pengumpulannya.

b. Peminjaman pakaian, aksesoris, dan produk lainnya dari masing-masing *Merchandiser*.

Penulis melakukan peminjaman atau pengambilan pakaian, aksesoris, dan produk lainnya yang sudah disiapkan oleh masing-masing *merchandiser* dari masing-masing bagian untuk ditempatkan di ruang penyimpanan yang terletak di dalam divisi *marketing & advertising*. Pengumpulan & peminjaman tersebut bertujuan agar selanjutnya pihak dari divisi *product development service* (PDS) dapat melakukan pemilihan pakaian-pakaian serta produk lainnya. Setelah penulis berhasil mengumpulkan semua produk dari *merchandiser*, barulah penulis menginformasikan ke salah seorang *traffic officer* atau supervisor yang memegang event *store opening* tersebut.

c. Permintaan harga serta promo untuk *store opening* Big Mall & OPI Mall atas pakaian, aksesoris, dan produk lainnya kepada masing-masing *Merchandiser*.

Setelah semua pakaian, aksesoris, dan produk lainnya dikumpulkan, maka penulis diminta oleh supervisor untuk mengumpulkan harga serta memberi pilihan promo yang telah disediakan oleh divisi *Marketing & Advertising* kepada para *merchandiser*. Untuk pemilihan promo *store opening* tersebut, pihak *merchandiser* bisa memilih antara diskon 30% atau diskon 70% untuk setiap produk yang nantinya akan ditampilkan di layout iklan promo *store opening* Big Mall & OPI Mall. Setelah penulis melakukan permintaan harga & promo kepada para *merchandiser*, penulis segera menginformasikan kepada supervisor untuk list harga produk beserta promo yang diikuti masing-masing *merchandiser*.

d. Mengemas pakaian yang telah dipilih oleh divisi *Product Development Service*, serta produk lainnya untuk dikirim ke studio foto.

Seperti biasanya, penulis diminta untuk berkoordinasi dengan salah seorang dari divisi PDS untuk melakukan pengecekan ulang atas pakaian, aksesoris, dan produk lainnya yang telah dipilih. Produk-produk yang dipilih untuk dibawa ke sesi pemotretan dengan tema *store opening* kali ini memang cukup banyak karena produk-produknya di bedakan antara produk untuk Big Mall & OPI Mall. Maka dari itu, penulis juga dituntut untuk lebih hati-hati dalam pengemasan serta pengecekan produk-produk tersebut. Setelah proses pengemasan selesai, penulis segera menginformasikan ke supervisor dan produk-produk tersebut langsung dikirim ke studio foto melalui agen pengiriman.

e. Mengawasi jalannya pemotretan untuk *layout* iklan promo *store opening* Big mall & OPI mall.

Sesi pemotretan untuk *layout* iklan promo *store opening* Big Mall & OPI Mall ini diadakan di studio foto yang sama seperti sebelumnya yang terletak di daerah Cilandak, Jakarta Selatan. Dalam proses pemotretan, penulis juga dituntut untuk mengawasi jalannya pemotretan agar sesuai seperti jadwal yang telah ditentukan oleh supervisor, lalu penulis juga bekerjasama dengan seseorang dari divisi PDS untuk memastikan bahwa model iklan yang difoto mengenakan pakaian yang sesuai dengan tema *store opening*. Di sesi akhir pemotretan, penulis juga bekerjasama dengan seorang *art director* dari tim kreatif dalam pemilihan foto model iklan yang telah selesai difoto oleh fotografer.

f. Mengembalikan semua pakaian, aksesoris, dan produk lainnya yang sudah dipakai dalam pemotretan ke para *Merchandiser*.

Penulis kembali diminta untuk mengembalikan pakaian-pakaian yang sudah dipakai dalam pemotretan *store opening* Big Mall & OPI Mall ke masing-masing *merchandiser*. Terlebih penulis juga harus lebih cermat dan hati-hati dalam memastikan bahwa semua pakaian yang dikembalikan harus

lengkap dan dalam kondisi yang baik, karena jumlah pakaian, aksesoris, dan produk lainnya untuk pembukaan toko baru ini cukup banyak. Setelah pengembalian dilakukan, penulis segera memberi laporan kepada supervisor.

g. Membantu pihak kreatif (*art director*) dalam pemasukan harga & promo serta produk yang telah difoto ke dalam layout iklan.

Setelah pakaian, aksesoris, dan produk lainnya sudah dikembalikan ke masing-masing *merchandiser*, penulis bekerjasama dengan salah satu *art director* dari tim kreatif yang ikut dalam proses pemotretan sebelumnya untuk membantu dalam memasukan list harga beserta promo dari masing-masing produk terpilih ke dalam layout iklan promo *store opening* yang akan dibuat oleh sang *art director* tersebut. Setelah proses pembuatan layout iklan promo *store opening* selesai dan sudah di cetak / *print*, maka penulis harus memberi laporan kepada supervisor dengan membawa layout iklan promo tersebut.

3.3.1.4 Print Ads “Christmas” Desember 2014

Dalam rangka menyambut hari Natal di bulan desember 2014, Matahari Department Store kembali melakukan promosi secara besar melalui *Print Ads* atau iklan cetak dan melalui TVC (*Television Commercial*). Namun pada kesempatan kali ini, penulis ditugaskan untuk menjadi PIC yang fokus di bagian *print ads* “Christmas” tersebut. *Print ads* ini dibuat dengan tujuan untuk dipasang di media massa seperti koran dan majalah sebagai media promosi tradisional andalan Matahari Department Store.

a. Memberi informasi mengenai event Christmas / Natal kepada para Merchandiser.

Penulis bersama dengan supervisor terlebih dahulu melakukan briefing singkat untuk membahas materi promosi saat hari natal, setelah itu penulis segera mengunjungi masing-masing *merchandiser* mulai dari *merchandiser* pemegang produk *ladies, man, youth, kids* dari bagian *Direct Purchase (DP)* maupun dari bagian *Consignment vendor (CV)* untuk menginformasikan tentang promo iklan cetak yang bertemakan hari natal. Selain itu, penulis juga

menginformasikan ke para *merchandiser* tentang permintaan pakaian, aksesoris, dan produk lainnya agar segera disiapkan untuk proses produksi beserta dengan pemberitahuan *deadline* pengumpulan produk.

b. Peminjaman pakaian, aksesoris, dan produk lainnya dari masing-masing *Merchandiser*.

Setelah pemberian informasi dilakukan, penulis akhirnya melakukan peminjaman atau pengambilan pakaian, aksesoris, dan produk lainnya yang sudah disiapkan oleh masing-masing *merchandiser* dari masing-masing bagian untuk ditempatkan di ruang penyimpanan yang terletak di dalam divisi *Marketing & Advertising*. Pengumpulan & peminjaman tersebut bertujuan agar selanjutnya pihak dari divisi PDS dapat melakukan pemilihan pakaian-pakaian yang sesuai untuk tema promosi pada hari natal. Setelah penulis berhasil mengumpulkan semua produk dari *merchandiser*, barulah penulis menginformasikan ke salah seorang *traffic officer* atau supervisor yang menangani *event print ads "Christmas"* tersebut.

c. Permintaan harga serta promo untuk *event Christmas* atas pakaian, aksesoris, dan produk lainnya kepada masing-masing *Merchandiser*.

Ketika pakaian, aksesoris, dan produk lainnya yang sudah dikumpulkan, maka penulis segera mengumpulkan harga serta memberi pilihan promo yang lebih beragam yang telah disiapkan oleh divisi *Marketing & Advertising* untuk event besar seperti hari Natal kepada para *merchandiser*. Untuk pemilihan promo "*Christmas*" tersebut, pihak *merchandiser* bisa memilih promo seperti: diskon 20% - 50%, atau *special price* untuk setiap produk yang nantinya akan ditampilkan di layout iklan promo pada hari natal. Setelah penulis melakukan permintaan harga & promo kepada para *merchandiser*, penulis segera menginformasikan kepada supervisor dan menyerahkan list harga produk beserta promo yang diikuti masing-masing *merchandiser*.

d. Mengemas pakaian yang telah dipilih oleh divisi *Product Development Service*, serta produk lainnya untuk dikirim ke studio foto.

Penulis berkoordinasi dengan salah seorang dari divisi PDS untuk melakukan pengecekan ulang atas pakaian, aksesoris, dan produk lainnya yang telah dipilih untuk event hari natal. Produk-produk yang dipilih untuk dibawa ke sesi pemotretan untuk tema "*Christmas*" ini juga cukup beragam. Maka dari itu, penulis juga harus lebih hati-hati dalam pengemasan serta pengecekan produk-produk tersebut. Setelah proses pengemasan selesai, penulis segera menginformasikan ke supervisor dan produk-produk tersebut langsung dikirim ke studio foto melalui agen pengiriman.

e. Mengawasi jalannya pemotretan untuk *layout* iklan promo *christmas* / Hari Natal.

Pemotretan / *photoshoot* untuk *layout* iklan promo hari Natal ini diadakan di studio foto yang lebih besar dibandingkan dengan studio foto sebelumnya karena dalam proses penyusunan *layout* iklan promo "*Christmas*" dibutuhkan banyak properti seperti: pohon natal, kado natal, boneka, dan lain-lain. Mengingat waktu kerja yang singkat, maka sesi Pemotretan di bagi menjadi 3 hari. Penulis dipercayakan oleh supervisor untuk menangani sesi pemotretan pada hari pertama dan ketiga. Selama proses pemotretan, penulis diharuskan untuk mengawasi jalannya pemotretan agar sesuai seperti jadwal yang telah ditentukan oleh supervisor. Penulis juga bekerjasama dengan salah seorang dari divisi PDS untuk memastikan bahwa model iklan yang difoto mengenakan pakaian yang sesuai. Menuju sesi akhir pemotretan, penulis segera membantu salah seorang *art director* dari tim kreatif dalam pemilihan foto model & foto produk Hari Natal yang telah selesai difoto.

f. Mengembalikan semua pakaian, aksesoris, dan produk lainnya yang sudah dipakai dalam pemotretan ke para *Merchandiser*.

Penulis diminta untuk mengembalikan pakaian-pakaian yang sudah dipakai dalam pemotretan *print ads* "*Christmas*" ke masing-masing *merchandiser*. Penulis juga harus teliti untuk memastikan bahwa semua

pakaian yang dikembalikan harus lengkap dan dalam kondisi yang baik, karena jumlah pakaian, aksesoris, dan produk lainnya untuk hari Natal ini cukup beragam. Setelah pengembalian dilakukan, penulis segera memberi laporan kepada supervisor.

3.3.1.5 Store Opening di Mall Balikpapan Baru

PT Matahari Department Store kembali melanjutkan ekspansinya ke berbagai wilayah yang belum dijangkau. Salah satunya yaitu ingin membuka toko baru di Mall Balikpapan Baru di Kalimantan Timur. Untuk pembukaan toko baru ini, penulis diberi tanggung jawab untuk menjadi PIC (*Person in Charge*) untuk membantu supervisor dalam proses pembuatan materi promosi untuk *layout* iklan *store opening*.

a. Memberi informasi mengenai pembukaan toko baru kepada para *Merchandiser*.

Penulis melakukan briefing singkat terlebih dahulu untuk membahas materi promosi untuk iklan promo pembukaan toko baru di Mall Balikpapan Baru, setelah itu, penulis diminta oleh atasan mengunjungi masing-masing *merchandiser* mulai dari *merchandiser* pemegang produk *ladies, man, youth, kids* dari bagian *Direct Purchase (DP)* maupun dari bagian *Consignment vendor (CV)* untuk menginformasikan tentang promo iklan cetak yang mengenai pembukaan toko baru di Mall Balikpapan Baru. Kemudian penulis juga menginformasikan ke para *merchandiser* tentang permintaan pakaian, aksesoris, dan produk lainnya agar segera disiapkan untuk proses produksi (*photoshoot*) beserta dengan pemberitahuan *deadline* pengumpulan produk.

b. Peminjaman pakaian, aksesoris, dan produk lainnya dari masing-masing *Merchandiser*.

Penulis kemudian melakukan peminjaman atau pengambilan pakaian, aksesoris, dan produk lainnya yang sudah disiapkan oleh masing-masing *merchandiser* dari bagian DP maupun CV untuk ditempatkan di ruang penyimpanan yang terletak di dalam divisi *Marketing & Advertising*. Setelah

penulis berhasil mengumpulkan semua produk dari *merchandiser*, barulah penulis menginformasikan ke seorang *traffic officer* atau supervisor yang menangani *event store opening* Mall Balikpapan Baru tersebut.

c. Permintaan harga serta promo untuk *store opening* Mall Balikpapan Baru atas pakaian, aksesoris, dan produk lainnya kepada masing-masing *Merchandiser*.

Penulis kemudian mengumpulkan harga serta memberi pilihan promo yang telah disiapkan oleh divisi *Marketing & Advertising* untuk event pembukaan toko baru di Mall Balikpapan Baru kepada para *merchandiser*. Dalam pemilihan promo *store opening* tersebut, pihak *merchandiser* bisa memilih promo antara diskon 30% atau 70% untuk setiap produk yang nantinya akan ditampilkan di layout iklan promo pembukaan toko baru Mall Balikpapan Baru. Setelah itu, penulis segera menginformasikan kepada supervisor dan menyerahkan list harga produk beserta promo yang diikuti masing-masing *merchandiser*.

d. Mengemas pakaian, aksesoris serta produk lainnya yang telah dipilih langsung oleh *Traffic Officer* untuk dikirim ke studio foto.

Dalam kesempatan ini, penulis berkoordinasi langsung dengan supervisor untuk melakukan pengecekan ulang atas pakaian, aksesoris, dan produk lainnya untuk *event store opening* di Mall Balikpapan Baru. Dalam *event* pembukaan toko baru di Mall Balikpapan Baru produk-produk yang terpilih tidak sebanyak *event* pembukaan toko sebelumnya karena sebagian besar model pakaian, aksesoris, dan produk lainnya sudah sama dengan acara pembukaan toko sebelumnya. Maka dari itu, penulis tidak mengikuti sesi pemotretan, karena hanya diberlakukan foto produk saja tanpa model. Setelah penulis selesai melakukan pengemasan barang, penulis segera menginformasikan ke supervisor dan produk-produk tersebut langsung dikirim ke studio foto melalui agen pengiriman.

e. Mengembalikan produk yang sudah difoto untuk layout iklan ke para *Merchandiser*.

Ketika produk-produk yang sudah selesai difoto dan telah dikirim kembali ke divisi *Marketing & Advertising*, penulis diminta untuk mengembalikan produk-produk yang sudah selesai difoto ke masing-masing *merchandiser*. Penulis juga harus memastikan bahwa semua pakaian yang dikembalikan harus lengkap dan dalam kondisi yang baik. Setelah pengembalian dilakukan, penulis segera memberi laporan kepada supervisor.

3.3.1.6 Approval iklan promo & Pemasangan iklan di ruang *display*.

Tahap permintaan approval & pemasangan iklan promo di ruang *display* merupakan tahap akhir atau tahap *post-production* yang harus dilewati sebelum iklan promo dikirim ke media massa seperti: koran & majalah. Karena setiap iklan promo yang sudah selesai dibuat oleh tim kreatif harus di *print* sesuai dengan ukuran iklan di kolom media massa, contohnya : *Full Page, Half page, Quarter Page, & Junior Page*. Setelah iklan promo sudah di *print* oleh tim kreatif, penulis diharuskan untuk melakukan permintaan approval ke masing-masing *General Manager Merchandising (GMM)* dari bagian DP & CV.

Permintaan approval ini dilakukan dengan tujuan agar iklan promo yang sudah dicetak sesuai dengan persyaratan dan untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi seperti kesalahan penulisan nama merek / logo merek. Setelah mendapatkan approval dari kedua belah pihak, penulis harus menginformasikan kembali kepada supervisor, dan jika sudah disetujui oleh supervisor penulis diminta untuk memasang iklan promo tersebut di ruang *display*.

3.3.2 Kendala yang ditemukan

Selama penulis melakukan praktek kerja magang terdapat beberapa kendala yang di temukan dalam praktek kerja seperti saat melakukan peminjaman pakaian, aksesoris, dan produk lainnya dari masing-masing *Merchandiser*.

Terdapat beberapa *merchandiser* yang menyerahkan produk-produknya melebihi batas *deadline* pengumpulan produk yang telah ditetapkan. Penulis bahkan menemukan ada sebagian kecil *merchandiser* yang terkadang tidak bisa menyerahkan produk-produknya kepada divisi *Marketing & Advertising*, karena terjadi kesalahan komunikasi antara *merchandiser* dengan supplier produk mereka masing-masing. Sehingga mereka tidak memiliki ketersediaan produk-produk untuk diberikan kepada divisi *Marketing & Advertising* untuk dipromosikan.

Penulis juga menemukan kendala ketika melakukan permintaan harga & promo dalam setiap *event* kepada para *merchandiser*. Terdapat beberapa *merchandiser* yang terlambat bahkan salah dalam memberikan daftar harga serta promo untuk produk-produknya yang akan dipromosikan melalui divisi *Marketing & Advertising*.

Hal ini tentu saja menghambat keseluruhan proses produksi iklan cetak yang dikelola oleh divisi *Marketing & Advertising* karena perubahan harga & promo seringkali terjadi saat detik-detik terakhir sebelum iklan promo tersebut dikirim ke media massa untuk dicetak, sehingga pihak kreatif harus merevisi kembali iklan promo tersebut dengan benar dan penulis perlu melakukan permintaan approval kembali.

3.3.3 Solusi atas kendala yang ditemukan

Hal yang dilakukan penulis untuk mengatasi kendala bagi *merchandiser* yang terlambat menyerahkan produk-produknya atau bahkan tidak bisa menyerahkan produknya ke divisi *Marketing & Advertising* adalah dengan cara menginformasikan kepada para *merchandiser* mengenai penyerahan produk yang ingin dipromosikan jauh sebelum tanggal batas penyerahan akhir / *deadline* (2 minggu sebelum *deadline*) dan penulis terus melakukan *follow up* kepada para *merchandiser* agar para mereka bisa memiliki waktu lebih untuk mengkomunikasikan serta melakukan *follow up* kepada supplier mereka masing-masing. Sehingga produk-produk yang ingin diserahkan ke bagian *marketing & advertising* untuk dipromosikan sudah siap dan tidak mengalami keterlambatan.

Sedangkan solusi dari kendala mengenai para *merchandiser* yang mengalami keterlambatan dan kesalahan dalam memberikan daftar harga serta promo untuk produknya masing-masing adalah dengan cara penulis melakukan *follow up* kepada para *merchandiser* untuk melakukan konfirmasi kepada supplier mengenai daftar harga produknya terlebih dahulu yang disertai tanda tangan / cap resmi dari supplier masing-masing supaya tidak ada kesalahan dalam menentukan harga produknya.

Selain itu, penulis juga selalu mengingatkan kepada para *merchandiser* tidak lupa batas waktu penyerahan daftar harga produk beserta promo-nya, dan penulis juga menyarankan kepada para *merchandiser* untuk membuat *product turn-in form* atau formulir penyerahan produk agar produk-produknya, daftar harga produk, dan promo-nya bisa diketahui dengan jelas oleh pihak *marketing & advertising*.

3.3.4 Pemahaman pentingnya pembuatan iklan cetak atau *print ad* dalam meningkatkan *brand image* PT Matahari Department Store

Selama melaksanakan kerja magang, penulis mendapatkan beberapa pengalaman yang merupakan hal baru bagi penulis. Adapun pemahaman tersebut adalah mengenai *brand image* yang dimiliki oleh PT Matahari Department Store. Pemahaman yang didapatkan penulis didapat dari pengalaman selama kerja magang dan berdasarkan dari sumber-sumber yang didapatkan penulis. Pada saat penulis mendapatkan kesempatan PIC (*person in charge*) yang membantu *traffic officer* selama proses pembuatan iklan cetak, penulis dapat mempelajari berbagai macam bentuk promosi dan juga belajar mengenai dunia *marketing & advertising* secara nyata.

Walaupun PT Matahari Department Store merupakan salah satu perusahaan retail besar di Indonesia, namun *brand image* perusahaan tersebut masih terkesan sebagai *department store* untuk kalangan bawah, padahal target market yang dituju oleh Matahari Department Store ditujukan bagi kalangan menengah.

Hal tersebut didasari oleh hasil observasi yang penulis lakukan selama praktik kerja magang, dan berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari hasil diskusi dengan *supervisor* penulis.

Maka dari itu *brand image* menjadi suatu hal penting untuk dilakukan perubahan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan peran *brand image* tersebut diharapkan mampu memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan, sehingga *brand image* Matahari Department Store di mata konsumen dapat meningkat.

Sejauh ini PT Matahari Department Store sudah melakukan beberapa cara untuk meningkatkan *brand image* diantaranya melalui : pembukaan toko baru di berbagai daerah yang belum dijangkau oleh Matahari Department Store, promosi secara gencar dengan membuat iklan cetak yang dipublikasikan di media massa, serta membuat website yang menampilkan promo-promo yang dilakukan oleh Matahari Department Store.

Namun cara tersebut dirasa masih belum cukup mampu untuk merubah *brand image* Matahari di mata konsumen. Hal ini mungkin disebabkan karena saat ini desain iklan cetak PT Matahari Department Store terlihat kurang menarik dan tidak bervariasi, misalnya: desain iklan cetak secara terus menerus berbentuk kotak-kotak dan terlalu banyak pesan yang disampaikan ke konsumen. Oleh karena itu penulis ingin memberikan saran berupa beberapa strategi *marketing communication* sebagai berikut :

a. *Advertising*

Mengingat *layout* iklan cetak yang sudah pernah dibuat oleh PT Matahari Department Store secara terus menerus hanya terpaku pada desain yang terlihat kurang menarik karena terlalu banyak pesan yang disampaikan dalam 1 *layout* iklan cetak. Sebaiknya, desain iklan cetak yang ditampilkan dapat dibuat lebih sederhana atau minimalis namun tetap dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan ke konsumen, sehingga iklan cetak yang dijadikan sebagai salah satu media promosi utama PT Matahari dapat terlihat lebih menarik, jelas, dan tidak terkesan sebagai *department store* bagi kalangan bawah yang identik dengan desain iklan cetak yang cenderung terlihat ramai dengan berbagai macam promosi

dan pesan yang ingin disampaikan dalam 1 *layout* iklan cetak. Melalui hal tersebut, diharapkan Matahari sebagai *department store* juga dapat mempertahankan citra mereknya sebagai *department store* bagi kalangan menengah dan tidak terkesan sebagai *department store* murahan di mata konsumen. Berikut merupakan perbandingan tampilan iklan cetak PT Matahari Department Store dengan tampilan iklan cetak yang penulis sarankan untuk dilakukan perubahan :



Gambar 3.1

Tampilan iklan cetak PT Matahari Department Store

Sumber: Data Internal Perusahaan



Gambar 3.2

Tampilan iklan cetak yang disarankan oleh penulis

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

PT Matahari Department Store sebaiknya juga mulai memperhatikan tampilan *website* agar menjadi lebih informatif & menarik, serta mengemas isi *website* dengan lengkap dan jelas. Karena saat ini Matahari hanya fokus pada promosi melalui iklan cetak seperti koran dan majalah padahal tampilan *website* juga merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi ketertarikan konsumen terhadap produk-produknya, sehingga dalam pembuatannya harus dikemas dan dipromosikan sebaik mungkin agar citra merek perusahaan dapat tetap terjaga.

Disamping itu, perusahaan juga dapat melakukan komunikasi pemasaran dengan cara menampilkan seluruh iklan promo yang akan dicetak di media massa untuk di *posting* melalui *social media* seperti *Twitter*, *Facebook*, & *Instagram*. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu cara yang dapat dilakukan oleh PT Matahari Department Store mengingat perkembangan teknologi sudah semakin maju sehingga semua cara bisa dilakukan secara *modern*. Melalui cara tersebut diharapkan PT Matahari Department Store bisa memperluas jangkauan promosinya, tidak hanya menjangkau konsumen yang suka membaca media massa saja tetapi bisa juga menjangkau para konsumen yang aktif di media sosial.

Dengan demikian diharapkan juga citra merek perusahaan dapat meningkat di mata masyarakat sebagai *department store modern*.

b. *Events & Sponsorships*

Penulis menyarankan perusahaan untuk menjadi sponsor utama dalam *event-event* besar seperti *Jakarta Fashion Week* dimana dalam event tersebut produk-produk *fashion* yang dipakai dalam pameran tersebut bisa disediakan oleh Matahari Department Store sebagai sponsor utama dalam *event* tersebut. Hal tersebut bisa menjadi salah satu cara bagi perusahaan untuk menunjukkan bahwa produk-produk yang dijual oleh Matahari Department Store juga digunakan dalam *event* bergengsi seperti *Jakarta Fashion Week*. Selain itu, dengan menjadi *sponsor* di berbagai *event* ternama, citra merek perusahaan sudah dipastikan juga dapat meningkat.

Berdasarkan hal tersebut, yang menjadi poin penting bagi perusahaan adalah mengenai pembentukan citra merek perusahaan di mata konsumen. Tentunya hal tersebut harus ditunjang dengan cara melakukan perubahan pada keseluruhan desain *layout* iklan cetak sebagai media promosi utama perusahaan agar pesan yang dikomunikasikan dapat diterima dengan baik dan benar oleh konsumen. Dengan demikian, persepsi konsumen terhadap citra merek dari Matahari Department Store dapat meningkat dan tentunya selaras dengan target pasar Matahari Department Store yang sebenarnya ditujukan bagi kalangan menengah.

Oleh karena itu penerapan strategi *marketing communication* khususnya melalui *advertising* dan *events sponsorships* sangat mendukung dalam pembentukan citra merek PT Matahari Department Store. Itulah pemahaman yang penulis dapatkan selama menjalani proses kerja magang di PT Matahari Department Store.