

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tren memelihara anjing di Indonesia semakin berkembang. Hal ini dibuktikan dengan data terbaru di tahun 2023, bahwa 12,58% masyarakat Indonesia memilih untuk memelihara anjing (Jauhari, 2023) Berikut adalah hasil survei hewan peliharaan masyarakat Indonesia.



**Gambar 1.1** Survei Hewan Peliharaan Masyarakat Indonesia

Sumber: Siti Sarah Jauhari, GoodStats, 2023

Tren ini mengindikasikan bahwa ada ketertarikan masyarakat Indonesia dengan hewan anjing yang kemudian berpotensi untuk mengunjungi taman anjing (*dog park*) atau tempat bermain anjing. Hal ini membuat banyak taman anjing mulai menginisiasi usaha *marketing communication* untuk berlomba-lomba menunjukkan eksistensinya, yakni dengan mengadakan berbagai acara dan promosi yang menarik bagi para pemilik anjing.

Selain itu, akibat pergeseran sosial saat pandemi Covid-19 lalu yang mewajibkan hampir seluruh pekerja bekerja dengan metode *Work From Home*

(WFH), mendorong banyak orang untuk mulai memelihara hewan peliharaan. Sejumlah hewan yang paling banyak dipilih untuk dipelihara adalah anjing dan kucing (Salbiah, 2022). Hal ini tentunya menunjukkan bahwa ada peningkatan kepemilikan anjing sebagai hewan peliharaan.

Di Indonesia, terdapat beberapa taman anjing atau *dog park* yang menjadi pilihan bagi warga sekitarnya. Contohnya di kawasan Jakarta, terdapat Hyde Park yang terletak di Pantai Indah Kapuk (PIK), Jakarta Barat, Paws Dog Park yang terletak di Kelapa Gading, Jakarta Utara, Dog Ministry yang terletak di Pluit, Jakarta Utara, COMO Park yang terletak di Kemang Timur, Jakarta Selatan dan taman anjing lainnya.

Selain itu, di wilayah Banten, juga terdapat beberapa taman anjing, salah satunya adalah Paws Dog Dream Park Serpong (Paws Serpong) yang menjadi tempat pelaksanaan praktik kerja magang. Paws Serpong adalah salah satu unit milik PT Lestari Mahadibya (anak perusahaan dari PT Summarecon Agung Tbk.). Paws Serpong terletak di salah satu area dekat dengan Pintu Masuk Utara Summarecon Mal Serpong. Selain daripada Paws Serpong, terdapat juga beberapa taman anjing di daerah Banten yang menjadi saingan Paws Serpong dalam industri ini, di antaranya Pet Kingdom Alam Sutera, di Kota Tangerang Selatan, Woof Avenue di Kabupaten Tangerang, Pet Garden di Kabupaten Tangerang, dan Paws Dog Dream Park Serpong di Kabupaten Tangerang.

PT Lestari Mahadibya dalam usaha membangun fasilitas rekreasi bagi warga area Serpong, tidak hanya menyediakan mal, tetapi juga membangun fasilitas pelengkap lainnya seperti pasar dengan nama Pasar Modern Sinpasa, sentra kuliner dengan nama Salsa Food City, *exhibition venue* (gedung pameran) dengan nama Uptown Park, termasuk Paws Dog Dream Park Serpong yang telah disebutkan ([malserpong.com](http://malserpong.com)). PT Lestari Mahadibya melalui unit-unitnya, aktif dalam melaksanakan berbagai *event* yang kemudian membawanya mendapatkan beberapa penghargaan.

Berikut adalah penghargaan-penghargaan yang pernah diterima oleh PT Lestari Mahadibya ataupun unit-unitnya.

1. Pada tahun 2022, Badan Amil Zakat Nasional, memberikan Sertifikat Penghargaan kepada Summarecon Mal Serpong karena telah aktif mendukung gerakan Cinta Zakat Menyejahterakan Umat pada Ramadhan 1443 H melalui *event*-nya.
2. Pada tahun 2021, Bupati Tangerang memberikan penghargaan kepada PT Lestari Mahadibya untuk mengapresiasi pelaksanaan *event* Program Kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Kabupaten Tangerang.
3. Pada tahun 2018, PT Pestabola Indonesia memberikan penghargaan kepada Summarecon Mal Serpong terkait pelaksanaan *event nonton bareng FIFA World Cup 2018* di Republik Indonesia.
4. Penghargaan lainnya untuk Summarecon Mal Serpong di antaranya adalah *Best Retail Development Indonesia* dari *Asia Pacific Property Awards Development* untuk tahun 2016-2017 dan *Gold Champion of Shoppers-Insight Service Quality Award* di tahun 2011, 2012, dan 2013.

Dalam upaya ini, Paws Serpong juga berkontribusi dalam pembuatan acara dan promosi yang menarik. Melihat usaha-usaha dalam melaksanakan acara oleh unit-unit di PT Lestari Mahadibya, pekerja magang tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di salah satu unitnya, yaitu Paws Serpong.



**Gambar 1.2 Tangkapan Layar Unggahan Informasi Pembukaan Paws Serpong**

Sumber: akun Instagram @paws.serpong

Berdasarkan informasi yang dilansir dari akun Instagram @paws.serpong, Paws Dog Dream Park Serpong ini pertama kali dibuka pada 16 September 2023. Tentunya, untuk meningkatkan kunjungan konsumen dan penjualan, berbagai upaya pemasaran dilakukan oleh tim *marketing communication* Paws Serpong. Salah satunya adalah usaha *event marketing* dan *sales promotion*. Dalam beberapa tahun pelaksanaannya, Paws Serpong aktif menjalankan *event* dan promosi setiap bulannya, baik secara *offline* maupun *online*. Berikut adalah beberapa acara yang pernah diadakan oleh Paws Serpong.

**Tabel 1.1 Event Paws Serpong per Januari 2025**

No.	Bulan	Nama Event/Promosi
1.	September 2023	Opening Event Let's PAW-TY
2.	Februari 2024	<i>Chinese New Year Event &amp; Promotion</i> PawsPerous Lucky Lunar
3.	Februari 2024	Valentine Event Pawslentine Love
4.	Juni 2024	<i>Partnership Ugo Dog Food - free treats</i>
5.	Juni 2024	Let's PAW-TY
6.	Agustus 2024	<i>Partnership Ugo Dog Food - free treats</i>
7.	Agustus 2024	<i>Independence Day - Buy 1 Get 1 + free drink</i>
8.	September 2024	<i>Bagi-Bagi Voucher</i> Festival Kuliner Serpong setiap pembelian tiket masuk Paws.
9.	Oktober 2024	<i>Partnership Real Meat Dog Food - free treats</i>
10.	November 2024	<i>Rainy Day - Free Return voucher</i>
11.	Januari 2025	Lunar Pawty Photo Challenge

Usaha-usaha *event* dan promosi tersebut yang kemudian membawa Paws Serpong mengalami peningkatan *brand awareness* dan penjualan. Pekerja magang tertarik untuk meneruskan usaha tersebut dan juga melaksanakan pembelajaran terkait *marketing communication* yang tentunya berbasis praktik untuk sekaligus mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan yang telah didapatkan dari masa belajar di Universitas Multimedia Nusantara, sehingga dalam praktiknya,

pekerja magang telah dan akan melancarkan beberapa *event* dan promosi. Bagaimana usaha-usaha *event* dan promosi ini berpengaruh, sejalan dengan penjelasan dalam beberapa jurnal terkait pengaruh pelaksanaan *event* dan promosi terhadap perkembangan sebuah *brand*.

Menurut Dregner, Gaus, dan Jahn (2008) *event marketing* adalah salah satu alat komunikasi yang digunakan dengan tujuan menyebarkan pesan pemasaran sebuah perusahaan dengan cara melibatkan *target market* dalam sebuah kegiatan (Teguh et al., 2024). Usaha lainnya, yaitu *sales promotion* atau promosi penjualan menurut Kotler dan Keller (2016) adalah stimulus yang langsung diberikan oleh penjual dan dirasakan oleh konsumen agar konsumen melakukan pembelian dengan promosi tersebut, seperti dengan adanya pengurangan harga bersifat sementara melalui kupon, rabat, dan penjualan *multipack* (Lestari et al., 2023).

Dalam sebuah jurnal yang membahas pengaruh dari *event*, iklan, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk (Khafidhoh et al., 2023), ditemukan bahwa *event* berpengaruh sangat kuat terhadap keputusan pembelian. Hal ini sama dengan variabel promosi penjualan (*sales promotion*) dalam jurnal tersebut yang juga berpengaruh sangat kuat terhadap keputusan pembelian. Ditemukan juga jurnal yang membahas pengaruh *event marketing* terhadap keputusan pembelian dengan studi kasus PT Yamaha (Maharani et al., 2020), disimpulkan bahwa *event marketing* berpengaruh sangat besar terhadap keputusan pembelian.

Dalam kasus Paws Dog Dream Park Serpong, pengadaan acara dan promosi berhasil meningkatkan *brand awareness* dan pengunjung Paws Serpong. Hal ini dapat diketahui dari peningkatan *engagement media sosial* setelah pelaksanaan acara serta perbandingan dengan riwayat pengunjung sebelumnya. Misalnya, pada 15 Maret 2024 lalu, Paws Serpong mengadakan acara bernama PAWLates, yaitu acara kolaborasi dari Paws Serpong dan Pilates Re-Bar yang berhasil menarik perhatian para pemilik anjing. Setelah acara tersebut dilaksanakan, *followers* akun Instagram @paws.serpong mengalami peningkatan. Selain itu, melalui kotak pesan akun Instagram @paws.serpong, banyak *customer* yang bertanya mengenai kapan acara ini dilaksanakan di kemudian hari.

Secara keseluruhan, pekerja magang memiliki ketertarikan dalam membangun usaha-usaha terkait *event marketing* dan *sales promotion* untuk meningkatkan *brand awareness*, kunjungan dan penjualan Paws Dog Dream Park Serpong. Dalam kesempatan praktik kerja magang ini, pekerja magang berkesempatan untuk menjadi pekerja di divisi *Event and Promotion* dalam departemen *Marketing Communication*. Pada posisi ini pekerja magang bertugas untuk membuat dan merancang event, mencari referensi event, membuat ide promosi (seperti *referral and loyalty promotion*), menentukan objektif dari sebuah kampanye atau *event*, mengeksekusi *event*, merancang dan melakukan kolaborasi dengan bisnis lainnya, dan untuk sehari-harinya ikut menjaga kelancaran operasional Paws Dog Dream Park Serpong.

Maka dalam laporan magang yang berjudul *Aktivitas Divisi Event and Promotion* di PT Lestari Mahadibya unit Paws Dog Dream Park Serpong ini, pekerja magang akan membahas berbagai aktivitas dan tanggung jawab pekerja magang di Paws Dog Dream Park Serpong.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang**

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan Gambaran tentang aktivitas industri komunikasi pada bidang *event* dan *promotion*. Secara khusus, berikut adalah tujuan pelaksanaan aktivitas kerja magang ini.

1. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan tentang *Event Marketing* dan *Sales Promotion* yang didapatkan dari Universitas Multimedia Nusantara di PT Lestari Mahadibya unit Paws Dog Dream Park Serpong.
2. Mengetahui proses kerja pada Departemen *Marketing Communication* di bidang *Event* dan *Promotion* di PT Lestari Mahadibya unit Paws Dog Dream Park Serpong.
3. Mengembangkan *soft skills* pekerja magang, diantaranya kemampuan komunikasi profesional dunia kerja, baik komunikasi vertikal ataupun horizontal, dalam menjalankan praktik kerja magang di PT Lestari Mahadibya unit Paws Dog Dream Park Serpong.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan praktik kerja magang dilaksanakan mulai dari tanggal 12 Februari 2025 sampai dengan 12 Juli 2025. Durasi pelaksanaan adalah selama 640 jam kerja yang disesuaikan dengan Panduan MBKM Magang *Track 1* di Universitas Multimedia Nusantara. Pemenuhan durasi tersebut dilakukan dengan mengikuti jadwal kerja dari PT Lestari Mahadibya dengan waktu minimal per hari adalah 8 jam kerja. Berikut adalah jadwal tetap dari perusahaan.

Hari Kerja : Senin s.d Jumat

Waktu Kerja : 09.00 s.d 18.00

Sistem Kerja : *Full-Time Work From Office (WFO)*

Jadwal tersebut dapat mengalami perubahan tergantung pekerjaan yang dikerjakan oleh Pekerja Magang, termasuk dapat bekerja di hari Sabtu atau Minggu dikarenakan ada *event* berlangsung.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

##### **A. Proses Administrasi Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara (UMN)**

1. Menghadiri pembekalan atau *briefing* magang untuk mahasiswa yang akan mengambil Kartu Rencana Studi (KRS) *Internship Track 1*, yang diadakan pada Rabu, 26 Juni 2024 pukul 13.00 s.d 16.00 WIB di Function Hall Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengikuti pengisian KRS dan memilih paket mata kuliah untuk *Internship Track 1* melalui situs web My UMN ([my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id)) dengan syarat sudah memenuhi 110 Satuan Kredit Semester (SKS) selama 5 semester, serta tidak terdapat nilai D dan E dalam riwayat studi.
3. Melakukan pengajuan transkrip nilai keseluruhan melalui situs web Gapura UMN ([gapura.umn.ac.id](http://gapura.umn.ac.id))
4. Melakukan pengajuan Kartu Magang 1 (KM-01) dengan cara mengisi *Microsoft Form* yang didapatkan dari *Linktree* di keterangan akun Instagram [@fikomumn](https://www.instagram.com/fikomumn) untuk mendapatkan *approval* tempat kerja

magang yang sesuai dengan syarat dari Fakultas Ilmu Komunikasi UMN. Pengajuan ini dapat dilakukan lebih dari satu kali dan apabila disetujui akan dikirimkan Surat Pengantar Magang (KM-02) dari Fakultas Ilmu Komunikasi UMN.

5. Setelah menerima persetujuan, melakukan registrasi di situs web MBKM UMN (Merdeka.umn.ac.id) dengan mengisi informasi tentang perusahaan, termasuk mengunggah Surat Penerimaan Magang yang diberikan oleh perusahaan.
6. Mengunduh formulir KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk keperluan dalam proses pembuatan laporan magang.

#### **B. Proses Pengajuan dan Penerimaan di Tempat Kerja Magang**

1. Melalui lowongan yang diunggah di akun LinkedIn salah satu *staff Human Resource (HR)* PT Summarecon Agung Tbk, Pekerja Magang menghubungi HR tersebut untuk mengirimkan *Curriculum Vitae (CV)*.
2. HR menghubungi Pekerja Magang melalui aplikasi Whatsapp dan memberikan undangan wawancara kerja yang dilaksanakan di Centre Management Office (CMO) Summarecon Mal Serpong pada Jumat, 31 Januari 2025.
3. Pekerja magang melewati rangkaian wawancara oleh HR dan User sekaligus pada Jumat, 31 Januari 2025.
4. HR menghubungi pekerja magang melalui aplikasi Whatsapp untuk memberikan pengumuman penerimaan pada Senin, 3 Februari 2025, dengan informasi Pekerja Magang lolos seleksi dan akan memulai praktik kerja magang pada Rabu, 12 Februari 2025.
5. Pekerja Magang mengirimkan Surat Pengantar Magang pada 10 Februari 2025, dan dalam waktu bersamaan perusahaan mengirimkan *Acceptance Letter*.
6. Pekerja Magang memulai kerja magang pada Rabu, 12 Februari 2025.

### **C. Proses Pengajuan dan Penerimaan di Tempat Kerja Magang**

1. Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Event Marketing* di Departemen *Marketing Communication*.
2. Seluruh penugasan dan pengerjaan didampingi oleh *supervisor*; yaitu Reza Paramita selaku *Section Head of Marketing Event*.
3. Mengisi *daily task* di situs web MBKM UMN ([merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id)) setiap harinya yang akan ditinjau dan di-*approve* oleh *supervisor*.
4. Pengisian dan tanda tangan formulir KM-03, KM-04, KM-05, KM-06, dan KM-07, dilakukan selama proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan Lembar Penilaian Kerja Magang (KM-06) kepada Pembimbing Magang pada akhir periode magang.

### **D. Proses Pelaksanaan Kerja Magang**

1. Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang dibimbing oleh Theresia Lavietha Vivrie Lolita S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan secara *on-site* dan *online*.
2. Laporan Praktik Kerja Magang dikumpulkan dan menunggu persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
3. Laporan Praktik Kerja Magang yang telah disetujui diajukan untuk kemudian melalui proses sidang magang.

### **E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.**

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