



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

Selama menjalankan praktek kerja magang di mall fX Sudirman penulis diletakan dibagian Customer Relationship Management, posisi ini berfungsi sebagai untuk menjalin hubungan baik dari perusahaan ke pihak eksternal atau disebut customer atau pelanggan. Kedudukan penulis dibawah divisi Event dan Marketing Communication. Penulis tidak hanya melakukan pekerjaan yang terkait pada Customer Relationship Management saja, tetapi penulis juga mendapatkan kesempatan untuk mempelajari divisi lain yang masih terkait dalam bidang Customer Relationship Management yaitu Event dan Promotion.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan oleh penulis selama proses magang cukup beragam, seperti email blast, media moitoring, pembuatan press release, meeting dengan media, membuat surat kesepakatan, memanage media sosial, memberikan informasi tentang promo-promo terbaru yang diadakan di mall fX Sudirman kepada customer atau member fX Sudirman.

Berikut adalah beberapa gamabaran umum pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama proses praktek kerja magang :

1. Monitoring pemeberitaan media terakit dengan event yang berlangsung di fX Sudirman.
2. Memberikan informasi terbaru kepada member X Card melalui email blast.
3. Mengatur media sosial berupa instagram, twitter, dan facebook
4. Meeting dengan media yang ingin bekerja sama dengan mall fX Sudirman

5. Mempromosikan event PAYDAY yang diadakan setiap akhir bulan.

Tabel 3.1 Tabel pekerjaan yang dilakukan Mahasiswa Magang

No	Minggu ke	Pekerjaan
1	Minggu ke I	<ul style="list-style-type: none"> - Obserasi seputar mall fX Sudirman - Email Blast - Media Monitoring - PAYDAY
2	Minggu ke II	<ul style="list-style-type: none"> - Email Blast - Promosi event "<i>Sahur On the Run</i>" - Pengumuman pengambilan "<i>RPC Foam Festival</i>" - mengatur website fX
3	Minggu ke III	<ul style="list-style-type: none"> - Media Monitoring - Promosi Tenant fX - mengatur website Fx - Promosi free parking untuk ladies
4	Minggu ke IV	<ul style="list-style-type: none"> - Penyimpanan data base Customer dari pengguna X Card - Menjalankan media sosial instagram, twitter, facebook - Email Blast - Menginformasikan kepada customer mengenai pendaftaran "<i>offline foam race</i>"
5	Minggu ke V	<ul style="list-style-type: none"> - Event "<i>KBL Music School</i>" - Event "<i>Top Mode</i>" - Info Automotive Exhibition - Free Parking Ladies - Membuat Minutes of Meeting event

		Cewe Quat
6	Minggu ke VI	<ul style="list-style-type: none"> - InstaQuiz Indonesia United - Info Event “Pesta Anak Merdeka” - Info Event “Cewe Quat” - Free Parking Ladies - Media Monitoring - Email Blast - Promo tenant-tenant - Menginformasikan pemenang InstaQuiz Indonesia United
7	Minggu ke VII	<ul style="list-style-type: none"> - Menginformasikan ke customer mengenai free shuttle fX Sudirman - Acara Pesta Anak Merdeka - Email Blast - Media Monitoring - Ladies Parking - Pembuatan Minutes of Meeting
8	Minggu ke VIII	<ul style="list-style-type: none"> - Email Blast - Ladies Parking - Promo tenant - Media Monitoring - Meeting mengenai PAYDAY
9	Minggu ke IX	<ul style="list-style-type: none"> - Pengumuman Pemenang Instaquiz - Media sosial instagram, twitter, facebook - Observasi promo-promo yang ada di tenant-tenant - Meeting dengan Matahari
10	Minggu ke X	<ul style="list-style-type: none"> - Event Cewe Quat

		<ul style="list-style-type: none"> - Ladies Parking - Mengatur Media Sosial - Email Blast - Pemasangan Banner Promosi - Data Base X Card Terbaru - Pengumuman pemenang SDP
11	Minggu ke XI	<ul style="list-style-type: none"> - Pengumuman pemenang PAYDAY - Media Monitoring - Pembagian hadiah PAYDAY - Ladies Parking
12	Minggu ke XII	<ul style="list-style-type: none"> - Acara Jakarta Kids Run 2015 - Mengatur media sosial - Email Blast promo kenny rogers - Media monitoring “<i>Jakarta Kids Run</i>”
13	Minggu Ke XIII	<ul style="list-style-type: none"> - Meeting dengan Frisian Flag - Media Monitoring - Dokumentasi Event Jakarta Kids Run

Sumber : Penulis

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Public Relations menurut Rex Harlow (dalam Ruslan, 2010:16) merupakan fungsi manajemen, dan mendukung pembinaan, pemeliharaan hubungan antara organisasi dengan publiknya, terkait dengan kegiatan komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama, melibatkan manajemen dalam mengatasi permasalahan, membantu manajemen dalam memahami dan memanfaatkan tren secara tepat, berfungsi sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian, dan teknik komunikasi yang baik dan etis sebagai suatu sarana utama.

Dalam kajian public relations, publik yang dimaksud adalah suatu kelompok orang yang berada dalam satu kategori spesifik, yang memiliki hubungan penting dengan organisasi. Salah satu jenis publiknya ialah pelanggan (*customer*). Oleh karena itu, dalam public relations umumnya memiliki suatu fungsi khusus yang berfokus pada menjalin dan memelihara hubungan dengan pelanggan, yakni customer relationship

Tugas yang dilakukan penulis selama praktek kerja magang terdiri dari beberapa poin, yaitu:

1. Customer Relationship Management

Merupakan hal yang penting dalam hal membina hubungan dengan customer agar customer menjadi loyalitas terhadap mall fX Sudirman. dengan cara memberikan pelayanan dan promo menarik terhadap customer maka customer tersebut akan merasa nyaman ketika berbelanja di mall fX Sudirman.

Menurut Kalakota dan Robinson ada 3 tahapan Customer Relationship Management (2001,h.172),yaitu :

1. Mendapatkan pelanggan baru (Acquire):

Pelanggan baru didapatkan dengan memberikan kemudahan pengaksesan informasi, inovasi baru, dan pelayanan yang menarik.

2. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada (Enhance):

Perusahaan berusaha menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap pelanggannya (Customer Service). Penerapan cross selling atau up selling pada tahap kedua dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan mengurangi biaya untuk memperoleh pelanggan (Reduce Cost).

3. Mempertahankan pelanggan (Retain) :

merupakan usaha mendapatkan loyalitas pelanggan dengan mendengarkan pelanggan dan berusaha memenuhi keinginan pelanggan.

Implementasi tiga tahapan CRM selama praktek kerja magang menurut Kalako dan Robinson di mall fX Sudirman :

1. **Acquire :**

Penulis rutin melakukan memanage media sosial dan pemasangan poster agar customer mendapatkan informasi tentang penawaran-penawaran maupun event terbaru yang diadakan di mall fX Sudirman dan dapat didatangi oleh banyak pengunjung dari berbagai tempat yang merupakan customer baru. Memberikan penawaran berupa member X card hal ini menjadi suatu awal yang baik bagi mall fX Sudirman untuk menarik customer menjadi loyalitas terhadap mall fX Sudirman selain itu banyaknya penawaran – penawaran menarik yang rutin di adakan mall fX Sudirman maka banyak pula keuntungan yang di dapatkan oleh customer. Dan peluang menjadikan customer lebih loyal akan lebih besar.

2. **Enhance :**

Dengan melakukan email blast maka dengan hal tersebut menjadikan jembatan untuk meingkatkan hubungan antara customer dengan mall fX sudriman menjadi lebih baik lagi. Email blast memberikan informasi – informasi tentang penawaran menarik yang diberikan mall fX Sudirman untuk para pemegang member X card. Penawaran menarik itu seperti hal nya promo discount yang diadakan pada tendant – tendant di mall fX Sudirman, redeem point atau penukaran point setiap berbelanja di mall fX Sudirman.

3. **Retain :**

Mall fX Sudirman selalu berinovasi tentang bagaimana cara mempertahankan customer yang sudah loyal antara lain dengan cara mengadakan event PAYDAY yang rutin diadakan setiap akhir bulan. Event tersebut merupakan event promo yang diadakan oleh tenant –

tenant yang diadakan di mall fX Sudirman contohnya buy 1 get 1 free atau free gift setiap pembelian minimal 1 juta bagi para pemegang kartu member X card event ini akan berlangsung selama sepuluh hari. Tidak hanya itu mall fX Sudirman juga akan mencari top spender setelah event PAY DAY berlangsung. Mall fX Sudirman akan mencari customer pemegang kartu member X card yang berbelanja nominal tertinggi (top spender) pada saat event PAY DAY berlangsung, ketika sudah mendapatkan top spender maka top spender tersebut akan diberikan berupa hadiah yang diberikan oleh mall fX Sudirman. maka customer yang loyal terhadap mall fX Sudirman akan merasa nyaman ketika berbelanja di mall fX Sudirman karena terus diberikan keuntungan – keuntungan dari mall fX Sudirman.

Menurut Ed Peelen (2005:7) perusahaan yang menerapkan CRM didalamnya harus memperhatikan empat elemen CRM, yaitu:

1. ***Customer Knowledge*** :

Pengetahuan yang ditanamkan kepada setiap individu pelanggan sangat penting, untuk membangun hubungan mereka jangka panjang dengan para pelanggan. Disini, perusahaan dapat menggunakan *database* yang dapat menganalisa data-data pelanggan secara teliti.

2. ***Relationship strategy*** :

Informasi pelanggan harus digunakan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Menurut Levit (1983), perusahaan yang menggunakan strategi hubungan memiliki waktu jangka panjang, karena mereka akan “berbicara dan mendengarkan dari pada “menjual”. Sehingga kepercayaan konsumen-pun akan semakin dalam dan target sasaran konsumennya lebih meluas.

3. ***Communication*** :

Setiap perusahaan harus memiliki jaringan saluran komunikasi, dimana harus dikembangkan melalui beberapa kemungkinan untuk dapat saling

berkomunikasi antara pelanggan dengan perusahaan “*anywhere, any time, any place*”.

4. ***The Individual value proposition :***

Sebuah perusahaan atau organisasi harus memiliki inisiatif untuk mengetahui pelanggannya, untuk membangun hubungan dengan pelanggan, dan juga untuk membangun percakapan dengan para pelanggannya. Seperti bentuk produk, jasa/layanan, dan juga harga disesuaikan dengan keadaan/permintaan pelanggan.

Berdasarkan teori-teori diatas, ada beberapa hal yang dilakukan penulis dalam divisi CRM dalam membina hubungan baik dengan *customer*, yaitu:

1. ***Relationship strategy :***

Strategi Mall fX Sudirman dalam meningkatkan loyalitas pelanggan salah satunya dengan Event yang rutin diadakan di fX Sudirman yaitu PAYDAY, dimana event tersebut diadakan setiap sebulan sekali yang bertepatan diakhir bulan dan program ini berjalan selama 10 hari. PAYDAY tersebut diperuntukan untuk para member pengguna X Card dimana pemegang X Card mendapatkan harga promo dan discount yang menarik dari tenant-tenant yang berpartisipasi dalam acara PAYDAY dan bagi customer yang sering berbelanja dan belanja dengan nominal terbanyak (Top Spender) selama 10 hari akan mendapatkan hadiah yang telah disediakan oleh mall fX Sudirman.

2. ***Communication :***

Penulis melakukan strategi untuk melakukan pendekatan dengan customer dengan membuat Instaquiz yang di account instagram fX Sudirman dimana semua orang dapat berpartisipasi dalam acara tersebut. Instaquiz merupakan program yang diadakan mall fX Sudirman dengan tujuan untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan yaitu dengan cara memfollow instagram fX Sudirman dan memposting foto dengan tema – tema yang diselenggarakan oleh mall fX Sudirman. Tidak hanya sekedar memposting saja melainkan akan diadakan pemilihan untuk mendapatkan pemenang dari acara tersebut.

Pemenang dari Instaquiz akan mendapatkan hadiah yang akan diumumkan oleh penulis dan penulis juga yang akan memberikan hadiah tersebut.

Selain itu untuk lebih terjalin hubungan dengan customer penulis juga ikut ambil bagian dengan menghubungi customer dengan melalui email blast, dengan memberikan informasi mengenai adanya discount atau promo di tenant-tenant dan event yang akan dilaksanakan di mall fX Sudirman.

3. *The Individual value proposition :*

Divisi Customer Relationship Management adalah divisi yang bertanggung jawab dalam menjalin hubungan baik dengan customer agar customer loyal terhadap mall fX Sudirman. Cara untuk menjalin hubungan dengan customer pihak mall fX Sudirman menerapkan sistem X Card, dengan membeli di Customer Service fX Sudirman dengan seharga Rp. 25.000 atau dengan berbelanja di fX Sudirman dengan minimal transaksi Rp. 400.000 akan mendapatkan free X Card. Keuntungan yang didapat dari pengguna X Card dengan adanya pemotongan harga dan pengumpulan point dengan penukaran point:



4. 100 POINTS : Tumbler
5. 150 POINTS : Cinemaxx
6. 350 POINTS : Bantal fx
7. 400 POINTS : Dinning Voucher
8. 450 POINTS : Notebook

2. **Special Event Promotion**

Special Event adalah salah satu kegiatan kerjasama antara *Public Relations* dengan pers. Jim Menamara dalam Ruslan (2005:66) menyatakan, *Special Event* merupakan sebuah ajang yang biasanya dilaksanakan untuk

mendapatkan perhatian media. Dalam special event yang diadakan di Mall fX Sudirman penulis terlibat dalam salah satu kegiatan yang mendukung keberhasilan dan tujuan *special event* itu sendiri yaitu penulis membantu mempromosikan dan mendapatkan publisitas dari *special event* ini dalam bentuk *media partnership*.

Ketika *special event* berlangsung, penulis hanya bertugas sebagai *usher* yang mengarahkan para pengunjung, dan media yang datang untuk duduk ditempat yang sudah disiapkan serta penulis juga bertugas untuk mendokumentasikan *special event* yang sedang berlangsung. penulis melakukan dokumentasi *special event* dengan menggunakan kamera handphone milik penulis. Hasil dari dokumentasi tersebut akan dijadikan sebagai live tweet yang dilakukan penulis sebagai bentuk publikasi. foto-foto yang dipilih harus menampilkan *crowd* dan kesan yang ditampilkan harus menarik sehingga menimbulkan kesan yang baik bagi orang yang melihatnya.

Setelah *special event* berlangsung, penulis akan melakukan *media monitoring* terhadap event tersebut. *Media monitoring* merupakan salah satu jalan untuk mengetahui pemberitaan yang beredar di media massa. *Media monitoring* yang penulis lakukan selama praktek kerja magang bermanfaat untuk mengetahui pemberitaan yang di media massa mengenai fX Sudirman.

3. Media Partnership

Media Partnership adalah kegiatan *media relationship* yang biasanya terkait dengan pelaksanaan suatu *event*. Sistem yang digunakan adalah pertukaran benefit dari kedua belah pihak (pihak media dengan pihak Mall fX Sudirman), apabila pertukaran benefit tercapai maka penulis akan membuat Surat Konfirmasi kerjasama yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Adapun kesepakatan kerjasama antara mall fX Sudirman dengan media jika ingin melakukan kerjasama. Mall fX Sudirman memiliki penawaran dalam menjalin kerjasama dengan media yang ingin melakukan event di mall fX Sudirman, penawaran tersebut berupa:

1. **Membayar full rate** : Pihak media membayar venue sesuai dengan rate yang ada dan penyelenggara event dibebaskan untuk membawa berapa pun sponsor dan bisa melakukan penjualan.
2. **Semi barter** : Barter venue dan placement branding spot dengan display advertising dan liputan media. Namun, jika ada sponsor yang masuk akan dikenakan rate seharga Rp 5.000.000 (belum termasuk ppn 10%) per sponsor per hari. Rate tersebut masih bisa dinegosiasikan, tergantung jumlah sponsor yang masuk atau dengan memberikan produk dari sponsor. Produk tersebut akan digunakan untuk program mall yang diberikan kepada customer.
3. **Full barter** : Barter venue dan penempatan branding spot polos di mall fX Sudirman tanpa ada pihak komersil. Pihak media bisa melakukan barter dengan display advertising dan juga liputan, sesuai dengan value dari venue dan branding spot.

Untuk T&C di Mall fX Sudirman, utilities yang wajib dibayarkan dan tidak bisa dilakukan barter adalah:

- Refundable security deposit sebesar Rp 5.000.000,-
- House keeping sebesar Rp 150.000 per hari
- Electricity tergantung penggunaan (biasanya 10.000 W) di kali Rp 50 (belum termasuk ppn 10%)

Media partnership inilah yang menjadi salah satu tugas penulis dalam menjalani praktek kerja magang di Mall fX Sudirman.

3.4 Kendala yang ditemukan

Selama masa kerja magang, penulis menemui beberapa kendala dalam proses pelaksanaan tugas dan tanggung jawab yang diberikan, yaitu:

1. Sebelum penulis diberikan tanggung jawab untuk mengelola media sosial dan website milik Mall fX Sudirman, konten di dalamnya tidak *up-to-*

date. Sehingga sebagai salah satu media komunikasi kepada publik, media sosial Mall fX Sudirman dilihat kurang informatif.

2. Kurangnya sumber daya manusia yang ada di divisi Marketing Communication fX Sudirman, menyebabkan pekerjaan yang harus diselesaikan memakan waktu dan proses yang cukup lama.
3. Proses internal dalam melakukan tanda tangan persetujuan Surat Kesepakatan Bersama melalui beberapa proses sehingga membutuhkan waktu yang lama.
4. Mall fX Sudirman tidak menerapkan sistem perbedaan customer value (nilai pelanggan) yang telah loyal terhadap Mall fX Sudirman.

3.5 Solusi terhadap kendala yang ditemukan

Sesudah menemukan kendala di lapangan, penulis mengajukan solusi untuk kendala tersebut, sebagai berikut:

1. Konten dalam media sosial sangat perlu memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan dikreasikan dengan menarik.
2. Dalam divisi Marketing Communication diperlukan tambahan staff yang mengurus konten untuk media sosial.
3. Persetujuan untuk Surat Kesepakatan Bersama sebaiknya cukup ditandatangani oleh GM Marketing Communication supaya tidak memakan waktu terlalu lama.
4. Koneksi internet sebaiknya ditingkatkan supaya tidak mengganggu proses kerja dalam divisi Marketing Communication yang memerlukan konektivitas yang baik.