



### **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

Kedudukan penulis selama menjalani praktik kerja magang adalah sebagai *Marketing Communcation Officer* khususnya *below the line*, yang spesifik kepada penanganan event dengan tujuan meningkatkan *awareness* publik terhadap Allium Tangerang Hotel. Penulis juga memiliki tanggung jawab menganalisis tren pemberitaan Allium Tangerang Hotel, baik melalui media cetak ataupun media online. Aktivitas pemberitaan mengenai Allium Tangerang Hotel, baik positif dan negatif harus direport perkembangannya, supaya segala kemungkinan pemberitaan yang sifatnya negatif, bisa segera ditangani oleh *Marcom* dan dicari solusi terbaiknya.

Penulis biasa mencari berita lebih intens pada media *online* seperti Sosial Media (Twitter, Facebook, Instagram), Website Berita Lokal, OTA (*Online Travel Agent*). Selain itu, Penulis juga diberi tanggung jawab dalam mengelola seluruh akun Sosial Media Allium Tangerang Hotel, seperti meningkatkan *followers*, update promo, event dan setiap harinya diwajibkan melakukan 1 (Satu) *posting* di sosial media yang sudah ditentukan temanya berdasarkan *Social Media Calendar*.

Koordinasi sistem kerja, penulis selalu melakukan komunikasi dua arah dengan mentor Ibu Nenden Lintang Sari selaku *Marketing Communication Excecutive*. Hasil pekerjaan setiap harinya selalu *direview*, di mana letak kekurangan dan apa yang harus dikembangkan lagi. Penulis juga diberi kebebasan dalam menyampaikan ide-ide dan tidak ada batasan. Posisi hanya sebagai

mahasiswa magang, bukan alasan untuk berdiam diri saja dan tidak berinisiatif melakukan inovasi dalam sebuah pekerjaan. Sistem bekerja di Allium Tangerang Hotel juga cukup Professional, seluruh jajaran departemen membuka kesempatan bagi saya, mempelajari banyak hal, mahasiswa magang diperbolehkan mencari informasi yang sekiranya dibutuhkan agar koordinasi kerjanya menjadi cekatan. Hal yang terpenting adalah saya juga diwajibkan disiplin dalam melakukan segala bentuk pekerjaan sesuai dengan SOP yang berlaku di Allium Tangerang Hotel.

### 3.2 Tugas Yang Dilakukan Penulis

**Tabel 3.1**

**Tabel Tugas Selama 12 Minggu**

<b>Minggu Ke -</b>	<b>Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa Magang</b>		
<b>1</b>	<i>Introducing</i> Allium Tangerang Hotel SOP sebagai karyawan Menyusun perencanaan aktivitas PR Periode FEB- APRIL	<b>7</b>	Comparison Competitor Promo Meet up dengan PR Daai TV Mendesign E-Flyer dan Spanduk Event Nobar Menyusun Press Release Meeting Sales & BEO Presentasi menu baru Paris-Lyon Café Kontrak kerjasama nobar
<b>2</b>	Daily Update Sosial Media Tablemanner dengan Nam Air Photo taking Hotel Sequence Meeting PR Plan dengan Corporate Survei Event Nobar BPL Menyusun Press Release	<b>8</b>	Menyusun Press Release Checklist Event Nobar Design Ticket Nobar Technical Meeting Event Event Nobar, 10 April 2016 In Charge sebagai MC

<p><b>3</b></p>	<p>Meet up dengan Info Tangerang &amp; Satelit News</p> <p>Daily Update Sosial Media</p> <p>Menyusun Press Release</p> <p>Meeting dengan Komunitas United Indonesia</p> <p>Penyusunan Time Table Preparation Event Nobar.</p>	<p><b>9</b></p>	<p>Menyusun Press Release</p> <p>Mencari info special event di Tangerang bulan April.</p> <p>Comparison Competitor Promo</p> <p>Report Social Media &amp; OTA</p> <p>Menyusun Presentasi &amp; Video Safety Briefing</p>
<p><b>4</b></p>	<p>Checklist Event Nobar</p> <p>Sales Meeting</p> <p>BEO Meeting</p> <p>Mendesign Baliho Promo ALHCGK</p>	<p><b>10</b></p>	<p>Photo taking Signature Drink Paris-Lyon Café</p> <p>Persiapan &amp; Koordinasi Event “Associate Gathering”</p> <p>Meeting Sales &amp; BEO</p> <p>Report Social Media &amp; OTA</p>
<p><b>5</b></p>	<p>Weekly report OTA</p> <p>Guest Complaint Report</p> <p>Daily Update Sosial Media</p> <p>Preparation Event “Earth Hour”</p> <p>Event Earth Hour, 19 Maret 2016</p> <p>Meeting Sales &amp; BEO</p> <p>Menyusun Press Release</p>	<p><b>11</b></p>	<p>Revisi Presentasi &amp; Video Safety Briefing</p> <p>Penyusunan Rundown Acara &amp; Konsep Event “Associate Gathering”</p> <p>In Charge sebagai MC</p> <p>Meeting Sales &amp; BEO</p>
<p><b>6</b></p>	<p>Mencari Kontak Media Lokal TV &amp; Radio</p> <p>Workshop Social Media dengan Heartline FM</p> <p>Mencari Informasi kerjasama dengan Food Blogger Tangerang</p> <p>Mencari Informasi Update Special Event di Tangerang</p>	<p><b>12</b></p>	<p>Posting Promo Bulan May di Sosial Media</p> <p>Finishing Presentasi &amp; Video Safety Briefing</p> <p>Closing</p>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Uraian tugas dan keterkaitan dengan Konsep Ilmiah

##### *Special Event “Earth Hour”*

Penulis diberikan tanggung jawab untuk menyusun konsep event *Earth Hour*., yang bertujuan sebagai bentuk partisipasi Allium Tangerang Hotel mendukung gerakan hemat energi dalam waktu 60 menit. Memadamkan seluruh lampu dan listrik di Hotel. Sebagai bagian dari industri *Hospitality*, yang mengutamakan kepuasan dan kenyamanan pelanggan dengan fasilitas bintang 4 (Empat). Tapi kami tidak ingin mengesampingkan tanggung jawab sosial dan mengkampanyekan hidup hemat energi demi keberlangsungan bumi.

Acara ini pun sebagai wujud nyata Allium Tangerang Hotel, sebagai bentuk pembangunan citra positif. Mengkampanyekan hidup hemat energi, tidak hanya dari internal saja, tapi kami mencoba untuk merangkul pihak eksternal untuk mau sama-sama berpartisipasi dalam gerakan pemadaman listrik selama 60 menit.

Acara *Earth Hour* ini pun, adalah pertama kalinya Allium Tangerang Hotel adakan, maka untuk mensukseskan jalannya acara, ada beberapa tahapan yang harus dipersiapkan, diantaranya :

##### **A. RESEARCH**

Penulis melakukan analisa mengenai makna dari pada “*Earth Hour*”. Sebelum penulis mengajukan event, penulis harus bisa mencari informasi pendukung mengenai *earth hour*, diantaranya; makna *earth hour*, macam kegiatan yang dilakukan dalam *earth hour*, *impact* dari pada kegiatan *earth hour*, siapa yang akan menjadi sasaran dalam kegiatan *earth hour*

dan mencari tahu pihak mana yang memiliki pengaruh besar dalam kampanye *earth hour* serta apakah kompetitor hotel lain juga turut serta dalam penyelenggaraan kegiatan ini.

*Earth Hour* merupakan sebuah wujud kepedulian kita sebagai masyarakat dunia untuk prihatin dan sadar akan penghematan energi, utamanya adalah listrik, yang diusung oleh salah satu LSM *Global* yaitu *WWF*. Di sini penulis melihat, kesempatan ini merupakan momen yang tepat dalam berkampanye kemudian bisa memberikan *awareness* ke masyarakat luas dan peningkatan citra positif Allium Tangerang Hotel dimata *stakeholders*.

Sasaran dalam event:

1. *Target Audience* : Karyawan & Seluruh Tamu Hotel
2. *Social Media Campaign* : ajakan kepada seluruh pihak untuk turut partisipasi dalam event Earth Hour di Allium Tangerang Hotel
3. Meningkatkan Citra Positif
4. Fasilitas dan hiburan kepada Tamu Hotel
5. *Low Budget, Creative and Positive Impact*

## **B. DESIGN**

Tahapan selanjutnya adalah menentukan konsep desain event yang akan dilangsungkan.

1. Mendesign *E-flyer* dan *Signage* mengenai penyelenggaraan event *Earth Hour*, yang nantinya untuk di *Publish* ke Sosial Media, dan TV *Screen Lobby Hotel*

2. Tema Acara *Cocktail Party*, yang berlangsung di *Terace Tangerang Ballroom 2*.
3. Penyusunan *Layout Venue*
4. Penyusunan *Rundown* dan tanggal event berlangsung.
5. Penyiapan materi kampanye *Earth Hour* dan ragam kegiatannya ;  
Video Kampanye *Earth Hour* dari WWF, Pemadaman Listrik diseluruh area Hotel, melibatkan karyawan serta tamu hotel untuk menyalakan lilin berlambang “60” dan yang terakhir mengajak seluruh yang hadir dalam acara untuk berfoto dan mengupload ke sosial media Allium Tangerang Hotel.

### C. PLANNING

Berikutnya, pada tahap *Planning*, seluruh *HOD* dan *General Manager* dilibatkan dalam *General Meeting* yang tujuannya adalah membahas rencana pelaksanaan event. Penulis pun turut serta dalam meeting ini. Tahapan *Planning* adalah membahas mengenai ragam kegiatan event *Earth Hour* yang dilaksanakan pada umumnya, dan apakah konsep acara yang telah disusun oleh PR, sudah menarik dan objektif dengan sasaran event.

Hal kedua, membahas mengenai pematangan *rundown*, *backup plan* untuk mencegah resiko saat berlangsungnya acara dan *breakdown budgeting*. Setelah semua hal ini dibahas dan memperoleh *approval*, maka dengan demikian event ini disetujui dan boleh berjalan.

#### **D. COORDINATING**

Dalam setiap pelaksanaan Event. Allium Tangerang Hotel selalu melakukan yang namanya *Meeting BEO (Banquet Event Order)* dan berlangsung setiap hari Jumat, 1 (Satu) minggu sebelum event berlangsung. Tujuan dalam meeting ini adalah, mengkoordinasikan tanggung jawab seluruh department pada saat berlangsungnya acara.

Selaku Divisi *Marketing Communication*, penulis bersama mentor, memiliki tanggung jawab penuh untuk memastikan bahwa perencanaan event sudah matang dan tidak ada perubahan konsep lagi. Sehingga, seluruh HOD beserta timnya bisa bekerja dan mempersiapkan segala kebutuhan di hari pelaksanaan event.

*Preparation Venue: Dept. House Keeping*

*Sound System, Projector, Electrical, Lamp : Dept. Engineering*

*Setup Venue & Banquet: Dept. FB Service*

*Snack & Drinks :Dept. FB Product /Kitchen*

*Information for Guest : Dept. Front Office*

*Security : Dept. Security*

*Budeting & Purchase Order : Dept.Accounting*

*Blasting, Publish, MC & Press Release : Dept. Public Relations*

#### **E. EVALUATING**

Seusai acara dilangsungkan, tepatnya pada hari Senin, 21 Maret 2016. Di setiap pagi, seluruh *HOD* diwajibkan mengikuti *MB (Morning Briefing)*, bertujuan untuk mengevaluasi segala jenis di hotel yang berlangsung di hari sebelumnya dan rencana di hari ini. Dari hasil evaluasi event *Earth*

*Hour*, secara keseluruhan untuk manajerial dan koordinasi antar department baik, jalannya acara juga cukup meriah. Hanya saja yang kurang maksimal adalah, jumlah tamu hotel yang berpartisipasi kurang banyak, dikarenakan masing-masing tamu hotel memiliki kesibukan sendiri dan ada juga yang sudah beristirahat. Selain itu, ada beberapa dari jajaran karyawan tidak seluruhnya hadir ke acara *Earth Hour* dan ketidakhadiran Media Lokal. Maka di event *Earth Hour* berikutnya, kami berencana melibatkan masyarakat sekitar hotel atau menyebar undangan untuk tamu VIP, memastikan bahwa Media Lokal akan hadir ke event dan memberikan tanggung jawab kepada *Departement HR* untuk mewajibkan seluruh karyawan hadir dalam setiap pelaksanaan event.

### ***Special Event “Nobar Bersama Allium Tangerang Hotel”***

Event berikutnya, penulis memberikan ide untuk mengadakan event Nonton bareng Liga Inggris. Di sini penulis merasa tertantang untuk mengembangkan ide dan kreativitas untuk mengadakan Event Nonton Bareng. Dengan saya diberikan kepercayaan oleh mentor, maka saya dengan segera mempersiapkan konsep nonton bareng yang berbeda dari sebelumnya.

Tujuan dari pada akan diadakannya acara Nonton Bareng ini adalah ;

1. Memperoleh *awareness* dari pihak eksternal tentang Allium Tangerang Hotel
2. Membangun hubungan serta kerjasama dengan *corporate* dan komunitas
3. Wujud fasilitas dan hiburan bagi tamu hotel
4. Publikasi positif tentang event nobar di Allium Tangerang Hotel

5. Minimum budget, memperoleh *revenue*

Detail perencanaannya, antara lain :

**A. RESEARCH**

Event nobar sebelumnya, *target audience* hanyalah tamu hotel, tidak ada partner & sponsorship dari eksternal, tidak melibatkan *Fans Club*, belum menentukan jumlah *audience* yang diharapkan, konsep acara hanya nonton bareng saja tidak diiringi *music performance*, *games*, *doorprize* dan kegiatan *sales exhibition*. Terbilang pada event nobar sebelumnya belum sesuai dengan ekspektasi seharusnya.

Singkat cerita, penulis akhirnya mengembangkan konsep event nobar berbeda dari sebelumnya, dengan jatuh pada pilihan pertandingan BPL (*Barclays Premier League*) *Tottenham Hotspur Vs Manchester United*, apa saja yang dipersiapkan :

1. Mengundang & Bekerjasama dengan Fans Club, “United Indonesia Chapter Tangerang”
2. Memberlakukan sistem Ticketing dengan harga Rp 30,000/Orang *include Snacks, Soft Drink* dan kesempatan memperoleh *Door Prize*.

Bagi *long stay guest* di Allium Tangerang Hotel, kami tidak mengenakan biaya HTM atau *Free*.

3. *Partner & Sponsorship* tanpa biaya dengan Nexmedia & Smartfren. Konsep mutualisme, kedua partnership boleh melakukan kegiatan *sales exhibition & product demo* di Allium Hotel pada saat event, sebagai imbal balik kami (Allium Tangerang Hotel) hanya meminta

gift menarik sebagai hadiah untuk saat games, dan *support* tayangan liga inggris dengan lisensi legal.

4. Memperoleh *free entertainment* dari tenan audisi *Homeband Talent*. Band diperbolehkan mengisi acara sebagai wujud promosi dan unjuk kualitas performance mereka di atas panggung, hanya dengan *compliment dinner* untuk seluruh *crew* dan *free loading luggage service*.
5. *Target Audience* yang diestimasikan adalah minimal 100 – 150 orang.
6. Publikasi melalui sosial media, *press release*, spanduk dan *Broadcast Messages*.
7. Menyusun menu khusus untuk *Food, snack & beverages* dengan harga khusus dan murah, khusus untuk peserta nonton bareng, yang diharapkan bisa memberikan *revenue* pada hotel.

## **B. DESIGN**

Tahapan selanjutnya adalah menentukan konsep design event yang akan dilangsungkan:

1. Mendesign *E-Flyer* untuk di *Publish* ke Social Media, Spanduk untuk dipasang disekitar hotel dan mendesign tiket Nonton Bareng.
2. Acara berlangsung di *Indoor* dan *Outdoor* yang bertempat di Paris-Lyon Café, Allium Tangerang Hotel.
3. Penyusunan *Layout Venue*
4. Penyusunan *Rundown* dan tanggal event berlangsung.
5. Penyusunan Proposal Event Nonton Bareng

6. Undangan dan Surat Kontrak Kerjasama kepada partnership (Nexmedia, Smartfren & United Indonesia Chapter Tangerang)
7. Menu *F&B special event* Nobar & *Design Banner*.
8. Melakukan pemetaan *Time Line & Checklist Event* 1 Bulan sebelum hari H.
9. Membuat surat pengajuan kepada management untuk *Doorprize* berupa 1 (Satu) voucher menginap *Deluxe Room* di Allium Tangerang Hotel.

### **C. PLANNING**

Konsep acara Nobar dilangsungkan di Paris-Lyon Café, Indoor dan Outdoor, Section A, B dan C untuk memenuhi kebutuhan kenyamanan audience. Acara akan dilangsungkan pada hari Minggu, 10 April 2016 pada Pukul 20.00 – 24.00 . Macam kegiatan dalam event antara lain : *Band Performance, Partnership Introduction, Sales Exhibition, Demo Product, Games, Photo Competition, Manchester United Anthem, & Door Prize.*

Acara akan dipublikasikan melalui sosial media, spanduk, press release dan broadcast message. Event nonton bareng juga diperuntukan bagi semua kalangan tidak hanya tamu undangan, dan tamu hotel, namun masyarakat sekitar juga diperbolehkan turut serta mengikuti event nonton bareng. Event ini memberlakukan sistem *ticketing, target audience* 100 – 150 Orang dan bertujuan sebagai pengenalan kepada masyarakat luas tentang Allium Tangerang Hotel. *Lowcost Event, Revenue, and Satisfaction.*

#### **D. COORDINATING**

1 (Bulan) sebelum acara berlangsung, kami sudah mengirimkan proposal, invitation dan kontrak kerjasama kepada seluruh *partnership*. Kami memberikan waktu 2 (Dua) minggu kepada seluruh *partnership* untuk mempelajari proposal kami, dan memberikan persetujuan berupa *Confirmation Letter* yang menyatakan bahwa masing-masing pihak bersedia untuk ikut bekerjasama dan menyetujui aturan main yang tertuang dalam Surat Kontrak Kerjasama dengan Allium Tangerang Hotel.

Seperti biasa Meeting *BEO (Banquet Event Order)* berlangsung setiap hari Jumat, 1 (Satu) minggu sebelum event berlangsung dan Techincal meeting 3 hari sebelum event berjalan. Tujuan dari semua ini, semata untuk memastikan bahwa seluruh department siap pada tanggung jawab dan tuugasnya, dan yang terpenting adalah mensukseskan berjalannya acara.

#### **E. EVALUATING**

Secara keseluruhan event berjalan dengan baik, lancar, dan sangat meriah. Seluruh koordinasi team internal berjalan dengan baik, department yang bertanggung jawab semua bekerja hampir sempurna. Total pengunjung yang datang dari perhitungan tiket terjual ada 133 Orang dan ini sudah hampir mendekati target tertinggi. Perolehan *revenue* juga cukup besar terhitung dari penjualan makanan dan minuman serta penjualan tiket masuk.

Sedikit kekurangan hanya ada pada masalah teknis dari sisi sound system, kemudian dari pihak *Partnership* seluruhnya tidak bisa datang

tepat waktu, sehingga rundown jam acara harus berubah total dari jadwal semula. Terakhir, kemeriahan acara nonton bareng masih belum berhasil diliput oleh media lokal dengan berbagai kendala dan alasan.

### ***Special Event “Associate Gathering”***

Sebagai salah satu wujud apresiasi perusahaan kepada seluruh karyawan. Acara gathering, bertujuan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, membangun semangat kekeluargaan, mengevaluasi hasil kinerja dan pencapaian perusahaan setiap bulannya. *Associate Gathering* sebagai salah bentuk kegiatan yang diusung oleh *Departement Human Resource (HR)* untuk membina semangat kekeluargaan karyawan dan dari divisi *Public Relations* mengacu kepada *internal communication management*. Diharapkan melalui acara ini, Allium Tangerang Hotel bisa terus berkomitmen untuk menjaga kekompakan dan semangat kerja karyawan dan membentuk efektivitas kerja yang maksimal.

#### **A. RESEARCH**

*Associate Gathering* diadakan sebagai salah satu wujud apresiasi perusahaan utamanya divisi *HR*, untuk karyawan yang terpilih sebagai *Employee of The Month* akan diberikan penghargaan secara *ceremonial*. Kemudian akan ada sambutan dari pada *General Manager* di depan forum yang akan membahas prestasi pencapaian Allium Tangerang Hotel setiap bulannya, presentasi hasil kinerja setiap *HOD*, Perayaan *Staff Birthday Party* dan *performance* tematik dari Departement yang terpilih oleh *HR* untuk *conduct* acara.

## **B. DESIGN**

Tahapan berikutnya, adalah mengacu kepada:

1. Penentuan *Venue*, yang berlangsung di Tangerang *Ballroom 1*, pada Rabu 27 April 2016, Pukul 14.00 – Pukul 17.00 WIB.
2. Penyusunan tema acara
3. Penyusunan *rundown* acara
4. Undangan *Staff Birthday Party*, *Announcement* Mading (Majalah Dinding), dan *Email Blast* ke setiap Departement.
5. *Budgeting*
6. Menentukan Tema *Performance*

## **C. PLANNING**

Berlangsungnya event akan terdiri dari beberapa macam isi acara, diantaranya:

1. *GM Speech & Hotel Achievement*
2. *Announcement Star of The Month*
3. *HOD Presentation*
4. *Photo Competition*
5. *Interactive Session*
6. *Staff Birthday Party*
7. *Coffee Break*

## **D. COORDINATING**

Dalam setiap pelaksanaan Event. Allium Tangerang Hotel selalu melakukan yang namanya *Meeting BEO (Banquet Event Order)* dan berlangsung setiap hari Jumat, 1 (Satu) minggu sebelum event

berlangsung. Tujuan dalam meeting ini adalah, mengkoordinasikan tanggung jawab seluruh department pada saat berlangsungnya acara. Event kali ini penulis diberi tanggung jawab sebagai MC dalam memandu jalannya acara.

## **E. EVALUATING**

Acara berlangsung sedikit membosankan karena terlalu lamanya presentasi dari setiap *HOD* dan tidak tepat waktu dalam penyelegaraannya. Tapi secara keseluruhan koordinasi antar bagian sangat baik, kreatifitas karyawan bisa terlihat dan cukup efektif dalam membangun semangat kerja karyawan. Kedepannya acara seperti ini harus lebih rutin lagi diadakan setiap bulannya, supaya Allium Tangerang Hotel bisa terus mencapai prestasi maksimal dan bisa menunjukkan kinerja profesionalnya sebagai hotel berkelas bintang 4.

## **3.4 Kendala dan Solusi**

### **3.4.1 Kendala**

Selama dua setengah bulan melakukan kerja magang dalam tim *Marketing Communication Officer*, penulis sempat mendapatkan beberapa masalah yang dianggap sebagai kendala melaksanakan praktik kerja magang, di antaranya adalah dalam koordinasi pemberian tugas, belum adanya perencanaan agenda Markom, dan dalam pelaksanaan event, perusahaan sangat meminimalisir biaya, sehingga ada beberapa hal dalam persiapan event kurang maksimal.

Posisi *Marketing Communication Executive* masih bertindak sebagai *Personal Asisstance* untuk General Manager. Jadi, dalam hal ini saya melihat dalam koordinasi pembagian tugas, Markom tidak fokus kepada agenda pekerjaan

yang seharusnya ditangani, karena masih lebih condong menangani aktivitas administrasi perusahaan.

### 3.4.2 Solusi

Meskipun ada beberapa tugas yang bukan bagian dari tanggung jawab *Marcom*, namun penulis tetap berusaha mengerjakan dan menyelesaikannya.

Mengenai anggaran yang minim dalam pelaksanaan *event*, penulis bersama *team* berusaha mencari cara supaya dalam setiap aktivitas *event* tidak harus mengeluarkan anggaran besar dan membangun kerjasama *partnership* yang sifatnya saling menguntungkan. Untuk agenda kegiatan *Marcom* yang belum disusun, penulis mencoba mencari ide kegiatan sendiri bersama pembimbing kerja lapangan.

UMMN