



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 proses praktek kerja magang penulis ditempatkan pada Divisi *Marketing Communication*, ini disesuaikan dengan program studi perkuliahan yang diikuti oleh penulis yaitu *Public Relations*. Divisi *Marketing Communication* PT Adi Sarana Armada,tbk dipimpin oleh Bapak Jeremy Alvinto selaku *Marketing Communication Head Division*. Bapak Alvin selaku pimpinan divisi Marcom memberikan pekerjaan kepada seluruh staff yang ada pada Divisi *Marketing Communication*, begitu juga dengan penulis yang mendapatkan pekerjaan dari beliau. Penulis juga dibimbing dan diberikan pekerjaan oleh Litta Marchela selaku *Marketing Communication Supervisor*, Bapak Ivan Iskandar dan Ibu Mellisa Olivia selaku *Marketing Communication Analyst*.

Kedudukan dan peran penulis Pekerja magang pada PT Adi Sarana Armada,tbk diposisikan untuk membantu segala aktivitas yang dilakukan oleh divisi *Marketing Communication* dalam mengkomunikasikan brand perusahaan kepada target sasarnya dengan menggunakan elemen-elemen *promotion mix*.

3.2 Tugas yang dilakukan

Selama masa kerja penulis sebagai pekerja magang di PT Adi Sarana Armada,tbk, peran utama penulis adalah sebagai pendukung setiap aktivitas *marcomm* yang dilakukan oleh PT Adi Sarana Armada tbk.

Pada awal masa kerja magang dimulai, penulis diberikan informasi seputar mengenai unit bisnis yang dimiliki oleh PT Adi Sarana Armada Tbk, sistem manajemen perusahaan, serta kegiatan apa saja yang dilakukan oleh Divisi *Marketing Communication* PT Adi Sarana Armada,tbk oleh bapak *Jeremy Alvinto* selaku *Marketing Communication Head Division*. Penulis juga diperkenalkan mengenai media intranet yang ada di dalam perusahaan oleh ibu Mellisa Olivia selaku *Marketing Communication Analysts*. Intranet perusahaan yang bernama “ASSA dari kita untuk kita” digunakan sebagai media komunikasi bagi seluruh karyawan ASSA baik yang berada di kantor pusat ataupun yang ada di cabang-

cabang yang berada di seluruh Indonesia. Intranet juga dijadikan sebagai salah satu media penyampaian informasi yang berkaitan dengan *event* perusahaan atupun informasi-informasi lainnya. Selama masa kerja penulis di PT Adi Sarana Armada, tbk, penulis diberi tanggung jawab untuk mengelola intranet perusahaan.

Dalam aktivitas sehari-hari penulis selama masa kerja magang. Bentuk *supporting* yang lainnya yang dikerjakan antara lain adalah : melakukan rekap data hasil *roadshow survey* serta membuat kesimpulan dan presentasi dari data yang ada, melakukan *media monitoring* dan membuat klipping berita online dan cetak yang berkaitan dengan perusahaan, mendistribusikan *sales tools* kepada *sales division* yang berada di cabang, berkomunikasi dengan *vendor* perusahaan, serta turut serta dalam pelaksanaan *event* internal perusahaan

NO	Jenis Pekerjaan	Uraian	Juli				Agustus				September	
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Personal Selling	Penulis diberikan tugas untuk melakukan kontrol dan <i>observasi</i> pada <i>roadshow booth survey</i> yang diadakan di Gedung Bursa Efek Indonesia dan Mall Cilandak Town Square. Setelah itu penulis juga diberi tugas untuk melakukan rekap data hasil <i>roadshow</i> serta membuat kesimpulan dan presentasi dari hasil tersebut dalam bentuk table dan diagram										
2	Public Relations	Aktivitas public relations yang dilakukan penulis adalah melakukan <i>tracking</i> dan dokumentasi berita.										
3	Event	Penulis diikutsertakan dalam										

	Internal	pelaksanaan event internal perusahaan “AQCI”. Tugas penulis adalah sebagai seksi dokumentasi											
4	Intranet	Penulis diberikan tugas untuk mengelola informasi yang berkaitan dengan aktivitas seluruh cabang ASSA											
5	Lainnya	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mendistribusikan Sales tools seperti company profile ke seluruh cabang ASSA ➤ Berhubungan dengan vendor perusahaan 											

Tabel 3.1 Timeline Aktivitas Kerja Magang

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut ini adalah uraian pelaksanaan kerja magang yang dikerjakan oleh penulis, berkaitan dengan aktivitas marketing communication

3.3.1 *Personal Selling (Roadshow Booth Survey)*

Personal selling merupakan salah satu elemen di dalam *promotion mix* yang memungkinkan perusahaan untuk menyampaikan pesan secara personal dan langsung, serta bisa mendapatkan *feedback* saat itu pula.

Salah satu bentuk implementasi dari kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh PT Adi Sarana Armada,tbk adalah dengan mengadakan *roadshow booth survey* di beberapa gedung perkantoran dan mall yang ada di Jakarta. Dalam *roadshow* ini PT Adi Sarana Armada,tbk membagikan selebaran kuisoner mengenai brand ASSA Rent kepada para pengunjung gedung perkantoran dan *mall*. Alasan *roadshow* ini diadakan pada gedung

perkantoran dan *mall* karena PT Adi Sarana Armada,tbk merupakan perusahaan *business to business (B2B)*, sehingga target sasaran dari PT Adi Sarana Armada,tbk merupakan para pekerja kantor baik dari level *staff* hingga *up manager*

Tujuan dari diadakannya *roadshow* ini adalah untuk mengetahui sampai sejauh manakah *awareness* dan pengetahuan masyarakat khususnya yang menjadi target sasaran dari PT Adi Sarana Armada,tbk mengenai brand ASSA Rent. *Roadshow* ini juga sekaligus bisa memberikan informasi mengenai brand ASSA Rent kepada masyarakat yang belum mengetahui dan mengenal ASSA Rent

Roadshow ini sudah mulai diadakan sejak awal tahun 2014. Sampai sejauh ini *roadshow* sudah berlangsung selama 4 kali, antara lain bertempat di Menara Setia Budi (20-24 Januari 2014), Menara Cyber 2 (3-7 Maret 2014), Bursa Efek Indonesia (9-13 Juni 2014), dan *Mall* Cilandak Town Square (1-7 September 2014).Selama masa praktek kerja magang, penulis berkesempatan untuk turut serta dalam *roadshow* yang dilakukan di Bursa Efek Indonesia dan *Mall* Cilandak Town Square.

Pada *roadshow* yang diadakan di Bursa Efek Indonesia, penulis hanya diberikan tugas untuk mengolah data *survey* yang ada serta membuat kesimpulan dan presentasi mengenai data tersebut dalam bentuk tabel dan diagram. Hal ini karena *roadshow* yang berada pada Bursa Efek Indonesia dilaksanakan sebelum masa praktek kerja magang penulis.

Pada *roadshow* yang diadakan di *Mall* Cilandak Town Square, penulis bertugas untuk membantu persiapan dari *event roadshow* ini, dan pada pelaksanaannya penulis bertugas untuk melakukan observasi dan kontrol pada *booth survey*. Pada masa *post roadshow* penulis juga diberikan tugas kembali untuk mengolah data *survey* yang ada serta membuat kesimpulan dan presentasi mengenai data tersebut dalam bentuk tabel dan diagram

3.3.2 Public Relations

Public Relations juga merupakan salah satu elemen *promotion mix* yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong. Bentuk implementasi dari public relations yang dilakukan oleh PT Adi Sarana Armada,tbk adalah pada kegiatan *media relations*.

Menurut Macnamara *Media relations* memiliki beberapa aktivitas penting seperti kliping pers dan *tracking* yang terangkum menjadi *media monitoring* (Macnamara, 2010: 319). *Media monitoring* itu sendiri merupakan teknik yang digunakan dalam proses PR untuk melakukan *tracking* atau penelusuran publisitas dan mengumpulkan data dalam bentuk dokumentasi berita (Macnamara, 2005: 310). *Media monitoring* terdiri dari :

A. *Tracking*

Tracking berita biasanya dilakukan setelah perusahaan melakukan aktivitas PR dalam bentuk *interview one on one* dengan wartawan. Tujuannya adalah untuk mengetahui jumlah pemberitaan dan bagaimana *tone* dari pemberitaan-pemberitaan yang ada

B. Dokumentasi Berita

Dokumentasi berita merupakan kegiatan pengumpulan berita-berita yang telah didapatkan baik yang ada pada media cetak ataupun online pada saat melakukan *tracking*. Kliping pers juga dilakukan pada beragam tingkat media, baik yang nasional ataupun daerah. Tujuan dari dilakukannya kliping pers adalah untuk total *PR value* yang didapatkan perusahaan dalam 1 tahun.

3.4 Kendala Magang

Berikutnya ini adalah kendala magang yang dirasakan penulis selama masa praktek kerja magang :

1. Seringnya terjadi *miss communication* dengan divisi lain, khusus divisi *general affairs (GA)* sehingga membuat berbagai aktivitas *marketing communication* menjadi terhambat.
2. Kurangnya staff yang benar-benar ahli pada bidang *public relations*, membuat aktivitas *marcom* yang dilaksanakan menjadi kurang efektif dalam mendukung tercapainya tujuan dari perusahaan
3. Staff yang berada pada divisi *marketing communication* terkadang kurang melibatkan serta memberikan tugas kepada penulis selama proses praktek kerja magang, sehingga penulis tidak bisa secara maksimal mempraktekan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan

3.5 Solusi

Berikut ini adalah solusi yang dapat diberikan penulis terhadap kendala magang :

1. Divisi *marketing communication* sebaiknya selalu melakukan koordinasi dan sebisa mungkin selalu mengadakan rapat bersama dengan divisi *general affairs* dalam melaksanakan setiap program *marketing communication*, sehingga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya *miss communication*.
2. Perusahaan dapat lebih memberikan pemahaman kepada seluruh staff divisi *marketing communication* mengenai konsep *marketing communication* dan *public relations* khususnya pada perusahaan yang bergerak pada bidang *bussines to bussines (B2B)*, melalui berbagai kergiatan pelatihan.
3. Perusahaan dapat menunjuk salah satu staff dari divisi *marketing communication* untuk menjadi mentor tetap bagi para pekerja magang, sehingga para pekerja magang dapat dibimbing secara lebih intens dan bisa lebih terlibat dalam aktivitas divisi tersebut