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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

Bab III

Pelaksanaan Kerja Magang

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani kerja magang di *Mall* Teraskota, penulis bekerja sebagai staff dari divisi *EventandPromotion*. Dalam divisi tersebut, penulis berada di bawah supervise Bapak Airsa Air Sadriana dan Pak Heru Media selaku supervisor divisi *EventandPromotion*. Penulis melakukan koordinasi dengan Ibu Marsha Pranoto selaku Admin *EventandPromotion*. Mereka memberikan pekerjaan kepada penulis dan mereka juga membimbing serta membantu penulis untuk dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut.

Dalam pelaksanaan pekerjaan di *Mall* Teraskota, kedudukan penulis adalah dibawah divisi *EventandPromotion*. Tanggung jawab dari divisi adalah untuk merencanakan, menyusun, dan melaksanakan sekaligus mengontrol kegiatan *Event* yang diadakan di *Mall* Teraskota. Pekerjaan yang dilakukan penulis dipertanggungjawabkan kepada Admin atau atasan dari divisi *EventandPromotion*. Kemudian semua hasil pekerjaan tersebut dirangkum menjadi satu untuk kemudian dilaporkan kepada General Manager selaku pimpinan dari semua divisi Teraskota dalam rapat mingguan yang diadakan tiap Senin pagi.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Jenis *Event* / Promosi	Jenis Kegiatan	Pekerjaan	Minggu ke-							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Event Jajanan Pedas	Perencanaan *Event* Jajanan Pedas	Mencari kandidat peserta untuk *Event* "Festival Jajanan Pedas"		V	V					
		Menyusun list peserta "Festival Jajanan Pedas"		V	V					
	Pelaksanaan event Jajanan Pedas	Menghubungi calon peserta "Festival Jajanan Pedas"		V	V					
		Follow up calon-calon peserta "Festival Jajanan Pedas" untuk memastikan keikutsertaan mereka		V	V					
		Mengawasi pendekorasian lokasi event			V					
		Mengontrol jalannya event			V	V	V			
	Evaluasi	Evaluasi event setiap malam hari setelah penutupan event pada hari tersebut			V	V	V			
		Mengawasi penghitungan hasil yang diperoleh per-hari			V	V	V			
Event Nobar El-Clasico	Pelaksanaan event nobar El-Clasico	Dokumentasi / memotret suasana lokasi event nobar El-Clasico selama event tersebut berlangsung			V					
Event Hari Besar dan Liburan	Perencanaan Event Hari Besar dan Liburan	Penyusunan draft / konsep dasar mengenai event – event yang dapat dilakukan saat hari besar dan liburan sekolah		V						
Event Band Mingguan	Pelaksanaan event band mingguan	Meeting dengan klien yang merupakan manajer dari sebuah band untuk melakukan tanda tangan kontrak band yang tampil di Teraskota			V					
Event Lomba Gambar dan Mewarnai	Pelaksanaan event lomba gambar dan mewarnai	Menyebarkan undangan ke TK sekitar Teraskota untuk menjadi peserta event lomba menggambar dan mewarnai					V			
Event School Battle	Perencanaan event School Battle	Mencari kandidat sekolah – sekolah peserta event "School Battle"					V			
		Membuat list sekolah calon peserta event "School Battle"					V		V	
	Pelaksanaan event School	Menghubungi sekolah calon peserta event "School Battle"					V		V	V
		Mengirimkan proposal event "School					V		V	V

	Battle	Battle” ke sekolah -sekolah								

Promosi		Membuat desain kalender 2014	V							
Promosi	Promosi Tenant	Membuat ad - lips				V				
		Dokumentasi tenant		V					V	
		Filing (menyusun surat – surat kontrak dan surat izin promosi)				V				V
		Membuat surat izin promosi						V		

3.3 Pembahasan

3.3.1 Uraian Tugas yang Dilakukan

Beberapa tugas yang dilakukan penulis selama melaksanakan kerja magang antara lain adalah :

1. *Event Management*

Event Management memiliki keterkaitan dan merupakan bagian dari konsep Manajemen PR. Dalam pelaksanaan *event management*, terdapat tiga hal utama atau aspek yang harus dijalankan yaitu :

- Perencanaan : Perencanaan menjadi satu dimensi keseriusan perusahaan dalam menjalankan *event.Event* membutuhkan perumusan yang jelas baik materi, strategi, sasaran, penelitian publik, maupun anggaran yang dibutuhkan. Kualitas aplikasi nantinya bergantung pada analisis perusahaan terhadap lingkungan sosial (Nor Hadi dalam Ardianto. 2011:221). Perencanaan program menjadi hal yang penting karena dapat dijadikan arah untuk melaksanakan (implementasi) aplikasi program. Di samping itu,

perencanaan juga menentukan strategi yang lebih efektif yang dapat dilaksanakan.

- Implementasi : Implementasi merupakan tahap aplikasi sebagaimana yang telah dirumuskan atau direncanakan sebelumnya. Dalam aplikasinya membutuhkan iklim organisasi yang saling percaya dan kondusif sehingga memunculkan motivasi dan komitmen karyawan pelaksana. Pola strategi yang dapat dijadikan pijakan dalam aplikasi *event* adalah posisi keterlibatan perusahaan langsung dan tidak langsung dalam implementasi *event* di lapangan. Terdapat dua strategi aplikasi *event* dilihat dari sudut pandang keterlibatan perusahaan, yaitu (1) *self managing strategy* dan (2) *outsourcing. Self manager strategy* adalah aplikasi *event* yang dilaksanakan sendiri di lapangan. Perusahaan merencanakan, merumuskan tujuan, target, evaluasi, dan monitoring serta melaksanakannya. Strategi implementasi dengan pola *outsourcing*adalah aplikasi *event* diserahkan kepada pihak ketiga sehingga perusahaan tidak terlibat langsung dalam pelaksanaan di lapangan. (Nor Hadi dalam Ardianto. 2011:225)
- Evaluasi : Sebagai suatu program, *event* membutuhkan pemantauan dan evaluasi untuk perbaikan di masa depan, dan sekaligus menentukan tingkat pencapaian kinerja *event* yang telah dilakukan. Evaluasi dan pemantauan juga ditujukan untuk mengetahui sejauh mana pencapaian tujuan program serta apakah terdapat penyimpangan yang membutuhkan tindakan koreksi.

Di dalam *event management mall* Teraskota, kontribusi penulis adalah :

- Perencanaan : Mencari dan membuat *list* kandidat peserta untuk *event* Festival Jajanan Pedas dan juga *event* School Battle. Penulis mencari kandidat peserta berdasarkan kriteria yang dibutuhkan dalam kedua *event* tersebut. Sebagai contohnya, saat penulis mencari kandidat peserta untuk *event* Jajanan Pedas, penulis diharuskan mencari rumah makan yang memiliki ciri khas atau menu utama makanan yang pedas dan bila memungkinkan rumah makan tersebut harus berlokasi di sekitar BSD atau Tangerang. Sementara saat mencari kandidat peserta untuk *event* School Battle, penulis diharuskan mencari sekolah dengan tingkatan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang berlokasi di sekitar Tangerang.
- Pelaksanaan : Saat *event* Jajanan Pedas, penulis terjun langsung ke lapangan untuk mengawasi atau melakukan monitoring jalannya *event* tersebut untuk meminimalisir adanya kejadian atau kesalahan – kesalahan yang tidak diinginkan. Penulis juga melakukan dokumentasi atau memotret suasana saat *event* nobar El-Clasico berlangsung di Teraskota. Hal ini sesuai dengan strategi implementasi *self managing strategy*, dimana perusahaan merencanakan, merumuskan tujuan, target, evaluasi dan monitoring serta melaksanakannya.

- Evaluasi : Saat *event* Jajanan Pedas, penulis mengikuti evaluasi ringan yang diadakan setiap malam setelah *event* Jajanan Pedas berakhir. Evaluasi ringan ini antara lain membahas masalah yang terjadi saat *event* berjalan, kendala – kendala yang harus diperbaiki, kekurangan jumlah tiket masuk dan lain sebagainya.

2. Dokumentasi *Event*

Pekerjaan selanjutnya yang dilakukan oleh penulis selama masa kerja magang adalah melakukan dokumentasi *event-event* yang diadakan oleh *Mall* Teraskota. Dokumentasi yang dilakukan tidak hanya mengambil gambar atau foto, melainkan juga ikut turun langsung untuk mengawasi dan mengontrol jalannya *event*.

Foto-foto hasil dokumentasi yang sudah diambil nantinya akan dipergunakan untuk isi atau konten dari media social yang dimiliki oleh *Mall* Teraskota seperti Twitter, Facebook, dan juga website resmi dari *Mall* Teraskota.

Soleh Soemirat dan Elvinaro (2007 : 113) memberikan definisi atau pengertian citra tentang bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Pihak lain yang dimaksudkan disini bisa berupa pihak yang terhubung secara internal dengan perusahaan maupun pihak yang berasal dari luar perusahaan atau biasa disebut dengan pihak eksternal. Jadi dengan kata lain, tujuan dari foto – foto hasil dokumentasi ini tidak hanya untuk mempromosikan *Mall* Teraskota, melainkan juga untuk menjalin komunikasi dengan

publik atau pengunjung Teraskota dan juga untuk membentuk citra atau image yang positif di mata publik dan *customerMall* Teraskota

3. *Tenant* Relations

CustomerMall Teraskota tidak hanya berasal dari publik atau masyarakat eksternal saja, melainkan juga berasal dari internalnya. Dalam hal ini, *customer* internal yang dimaksud adalah *tenant-tenant* yang membuka bisnisnya didalam *Mall* Teraskota. Fungsi *Tenant* Relation ini adalah menjembatani antara penghuni dengan Badan Pengelola dengan kata lain sebagai perwakilan penghuni di badan pengelola.

Hubungan yang baik antara *Customer* Service dengan para penghuni diharapkan, selain mampu menterjemahkan kebutuhan penghuni ke dalam Badan Pengelola dalam bentuk pelayanan yang tepat sasaran (maksimal) dan juga mampu menjelaskan kebijakan-kebijakan Badan pengelola kepada penghuni agar tidak terbentuk salah persepsi. Dengan hubungan yang saling membutuhkan dan pengertian serta kerjasama yang baik dari kedua belah pihak diharapkan pencapaian kepuasaan penghuni dapat terwujud. Karena *tenant* juga merupakan *customer* dari *Mall* Teraskota, maka tentunya Teraskota juga memerlukan *customer* relations yang baik terhadap para *tenant* tersebut.

Menurut Seitel (2007 : 93), *customer* relations adalah upaya membangun komunikasi dengan *customer* baik itu melalui komunikasi tertulis maupun komunikasi verbal dan mendukung adanya hubungan dengan *customer* ataupun potential *customer* dengan promosi *hard selling* ataupun *soft selling*. Pekerjaan yang

penulis lakukan terkait dengan *tenant* relations adalah mencatat promosi apa saja yang sedang berlangsung di semua *tenantMall* Teraskota.

Promosi – promosi ini nantinya akan dijadikan acuan atau dasar pembuatan ad-lips. Ad-lips adalah pembacaan iklan yang dilakukan oleh *customer* service di *Mall* Teraskota. Iklan yang dibacakan adalah promosi – promosi yang diadakan oleh para *tenantMall* Teraskota agar diketahui oleh semua pengunjung *Mall* Teraskota. Selain itu penulis juga bertugas untuk membuat surat izin promosi untuk para *tenant* yang sebelumnya sudah mengajukan permohonan untuk melakukan promosi. Promosi yang dilakukan oleh para *tenant* ini bisa melalui media spanduk, banner, *standing banner*, dan juga pilar – pilar yang disewakan oleh pihak Teraskota untuk para *tenant*. Selain itu penulis juga membuat surat izin promosi sebagai bagian dari *tenant* relations. Pembuatan surat izin promosi oleh penulis berkaitan dengan peran penting PR yaitu sebagai *Communication Technician*. Dimana dalam peran ini PR harus memiliki kemampuan jurnalistik seperti pembuatan press release, advertorial, dan tidak terkecuali surat izin promosi (Cutlip, 2000 : 47).

Tujuan dari dibuatnya surat izin promosi ini adalah sebagai usaha untuk menjaga hubungan dan koordinasi antara *tenant* dengan pihak Teraskota agar tidak terjadi kesalahpahaman. Untuk meminta surat izin promosi, para *tenant* cukup mengajukan surat permohonan atau pengajuan promosi sesuai dengan yang mereka butuhkan. Kemudian surat tersebut akan dipertimbangkan oleh pihak Teraskota. Apabila memungkinkan, barulah surat izin promosi dikeluarkan. Penulis mengerjakan surat izin promosi on the spot untuk para *tenant* dengan menggunakan media promosi

seperti spanduk atau *standing banner* dan penulis juga membuat surat izin keluar masuk barang untuk *tenant – tenant* di *Mall* Teraskota

3.3.2 Kendala Proses Kerja Magang

Kendala pertama yang dialami penulis adalah tidak adanya evaluasi yang mendalam setelah sebuah event selesai dilaksanakan. Evaluasi yang dilakukan hanya bersifat evaluasi ringan dan sekilas. Sebagai contoh, saat pelaksanaan *event* Jajanan Pedas, evaluasi hanya dilakukan setiap malam setelah penutupan event. Evaluasi yang dilakukan pun hanya membahas masalah – masalah kecil seperti kurangnya jumlah tiket, ketidakcocokan hasil penjualan dan lain-lainnya.

Kendala berikutnya adalah penulis melihat bahwa media sosial Teraskota kurang dimanfaatkan secara optimal untuk menjalin komunikasi dua arah dengan publik atau *customer* Teraskota khususnya *customer* eksternal. Konten – konten pada media sosial Teraskota cenderung lebih ke arah promosi *tenant – tenant* atau *customer* internal yang ada di *Mall* Teraskota. Hal ini sangat disayangkan mengingat media sosial adalah sarana yang paling tepat untuk melakukan komunikasi dua arah dengan *customer* baik *customer* internal maupun eksternal

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Dihadapi

Solusi yang ditemukan untuk kendala pertama yang penulis alami mengenai kurangnya evaluasi adalah seharusnya evaluasi dilakukan secara lebih mendalam setelah *event* selesai dilaksanakan. Evaluasi yang dilakukan tidak hanya evaluasi kecil setiap harinya namun perlu juga dilaksanakan evaluasi besar setelah *event* berakhir untuk membahas masalah *event* tersebut secara keseluruhan dan untuk menentukan berhasil atau tidaknya *event* tersebut.

Solusi untuk kendala yang penulis temui mengenai penggunaan media sosial adalah seharusnya media sosial Teraskota lebih dioptimalkan lagi oleh pihak Teraskota. Pihak Teraskota harus lebih gencar menggunakan sosial untuk menjalin relasi atau hubungan dua arah yang baik dengan para *customer*internal Teraskota seperti *tenant* yang membuka usahanya di Teraskota dan juga *customer* eksternal Teraskota yaitu para pengunjung Teraskota. Namun bukan hanya *customer* internal melainkan juga *customer* eksternalnya.