

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Praktikan mendapat kesempatan melaksanakan kerja profesi di bidang pemasaran perusahaan yaitu sebagai *marketing relations* di PT. Bumi Kreatif Manajemen. Pada posisi ini Praktikan bekerja sama dengan produser, *program director*, dan *digital strategies* untuk memasarkan karya baru seperti perilisan lagu dari *talent* dan *event* yang dibuat perusahaan serta menjalin hubungan kerja sama dengan pihak eksternal perusahaan dan juga media.

Bumi Entertainment saat ini menaungi 6 (enam) *talent* yaitu The Bakuucakar, Mutia Ayu, Saxx in the City, Wanda Omar, Andre Dinuth dan Nikita Becker. Selain itu, karena Bumi Entertainment ini juga merupakan manajemen *artist* milik mendiang Glenn Fredly, maka seluruh penciptaan karya yang mengatasnamakan Glenn Fredly tetap menjadi tanggung jawab dan kuasa dari Bumi Entertainment. Selain itu, Musik Bagus Records juga membantu perilisan lagu beberapa penyanyi Tanah Air seperti Mikallo, Aldy Maldini, NONA dan masih banyak lagi. Setiap *talent* dan penyanyi di bawah naungan manajemen Bumi Entertainment dan label Musik Bagus Records kerap kali mengeluarkan *single* atau lagu baru serta konten kerja sama dengan media maupun artis lain. Maka, di sini peran *marketing relations* adalah membantu promo perilisan karya dengan mereview, mengirim *press release* kepada beberapa media di *Instagram* dan juga media cetak elektronik, serta memantau postingan media-media tersebut.

Selain perilisan, *talent-talent* manajemen ini kerap kali mengadakan kerja sama konten dan event dengan media kreatif yang ada di kanal *YouTube*, *Instagram* maupun OTT (Over-The-Top) *media services* seperti *digital streaming platform*. Maka, *marketing relations* bertanggung jawab untuk menyiapkan *profiling* dari *talent* ataupun proposal dari event tersebut dan mengirim *email* penawaran kerja sama kepada media ataupun OTT tersebut.

Bumi Entertainment sendiri memiliki beberapa *annual event* salah satunya adalah Konser Tanda Mata. Kegiatan sebesar konser ini yang mendatangkan *band* ataupun penyanyi Tanah Air pasti membutuhkan dukungan sponsor dan media partner, maka *marketing relations* di sini bertanggung jawab untuk menyiapkan proposal kerja sama, *research market*, *potential sponsor* dan media partner, serta menjalin hubungan dengan para sponsor dan media partner mulai dari persiapan pelaksanaan hingga kegiatan selesai.

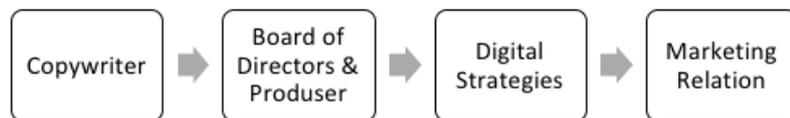
3.2 Pelaksanaan Kerja

Pada hari pertama Praktikan melakukan Kerja Profesi (KP), Praktikan diberi arahan terlebih dahulu oleh produser mengenai Kerja Profesi yang akan Praktikan lakukan selama kurang lebih tiga bulan. Kemudian Praktikan mengikuti *weekly meeting* yaitu *meeting* yang dilakukan setiap hari Senin untuk membahas perkembangan *talent*, konten, *event* dan masih banyak lagi. Praktikan diberi tugas utama yaitu mereview dan mengirim *press release* dari rilisan karya baru para *talent* dan penyanyi di bawah naungan manajemen Bumi Entertainment dan label Musik Bagus Records, membuat dan mengirim *deck proposal event* dan *profiling talent* kepada calon sponsor dan media untuk kerja sama, mencari dan melakukan riset target pasar dan *potential sponsor*, dan menjalin hubungan dengan pihak eksternal perusahaan seperti perusahaan lain dan media-media. Berikut adalah kegiatan yang dilakukan selama berlangsungnya Kerja Profesi yang dilakukan oleh praktikan.

3.2.1 Mereview dan Mengirim *Press Release* kepada Media

Mereview dan mengirim *press release* atau siaran pers kepada media menjadi salah satu tugas dan tanggung jawab *marketing relations*. *Press release* merupakan pernyataan resmi yang disampaikan kepada anggota media berita untuk tujuan memberikan informasi, membuat pernyataan resmi, atau membuat pengumuman yang ditujukan untuk rilis publik. Selama melakukan Kerja Profesi, Praktikan cukup banyak mereview dan mengirim *press release*. Pengiriman *press release* dilakukan ketika ada *talent*

ataupun penyanyi di bawah naungan manajemen dan label merilis lagu baru.



Gambar 3.1 Alur proses pembuatan *press release*

Pada proses atau alur pembuatan dan pengiriman *press release* dimulai dari dibuatnya naskah *press release* oleh *copywriter*. Kemudian setelah naskah sudah jadi maka naskah tersebut dikirimkan kepada *Board of Director* (BoD) dan produser PT. Bumi Kreatif Manajemen untuk direview. Setelah naskah *press release* tersebut sudah disetujui oleh para *Board of Director* dan produser, maka naskah tersebut diserahkan kepada *digital strategies* untuk dilengkapi dengan lampiran yang disebut dengan *Official Press Kit* yang berisikan foto penyanyi tersebut dan *official audio master*. Kemudian ketika semua file sudah siap maka naskah dan *official press kit* diserahkan kepada Praktikan sebagai *marketing relation* untuk direview untuk meminimalisir kesalahan minor dan membuat *wording* untuk *body text* email. Umumnya, *wording* yang dibuat oleh Praktikan, adalah rangkaian kata yang akan digunakan beberapa media untuk dimuat ke dalam *caption* atau berita. Setelah itu, Praktikan mengirim *press release* kepada sekitar 150 media Instagram, media cetak online dan radio melalui email label Musik Bagus Indonesia.

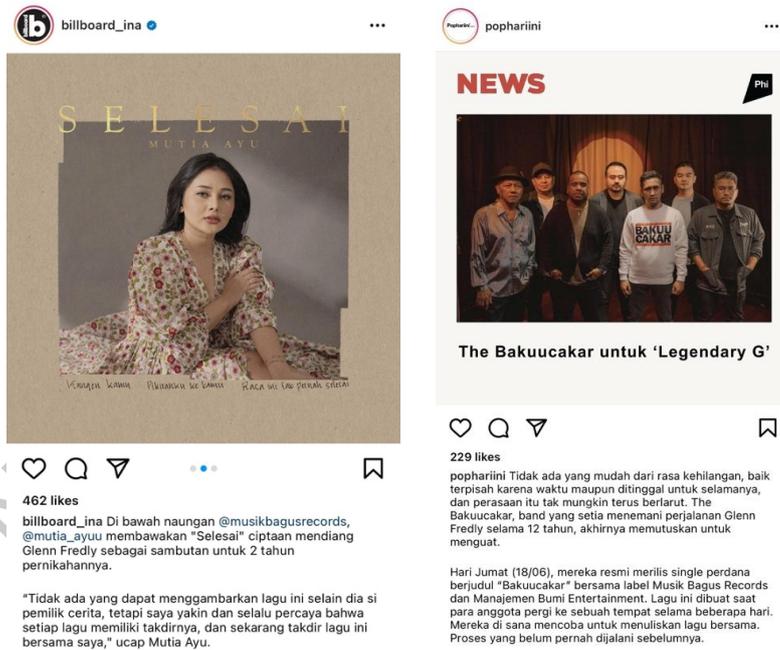
Selama melakukan Kerja Profesi, Praktikan telah mereview dan mengirim *press release* untuk 6 (enam) penyanyi, tiga di antaranya adalah *talent* dari Bumi Entertainment yaitu Mutia Ayu,

yang juga adalah istri dari Glenn Fredly, Wanda Omar dan The Bakuucakar. Kemudian tiga penyanyi lainnya adalah NONA, Aldy Maldini dan Mikallo yang merupakan penyanyi dalam naungan label Musik Bagus Records.

Dalam hal mereview dan mengirim *press release* ini Praktikan dapat menerapkan teori Laswell dari Komunikasi Bisnis untuk memilih gaya bahasa dan media yang tepat untuk penulisan *wording press release* yang akan dikirimkan kepada media-media dengan tujuan agar media tersebut memposting *press release* perilsan lagu para *talent*.

3.2.2 Monitoring Media dan Radio

Monitoring media dan radio wajib dilakukan setelah *press release* tersebut dikirim. Hal ini dilakukan untuk mengetahui dari kurang lebih 150 media dan radio, berapa yang menerbitkan perilsan tersebut dan juga untuk mengetahui apakah target media sudah tercapai. Dalam pengerjaannya, selama kurun waktu seminggu setelah pengiriman *press release* Praktikan selalu memantau media-media dan mengikuti beberapa wawancara *talent* dengan radio-radio. Adapun beberapa media yang telah memposting *press release* di antaranya adalah Billboard Indonesia, USS Feed, Pop Hari Ini, Liputan6.com, Kompas.com dan masih banyak lagi.

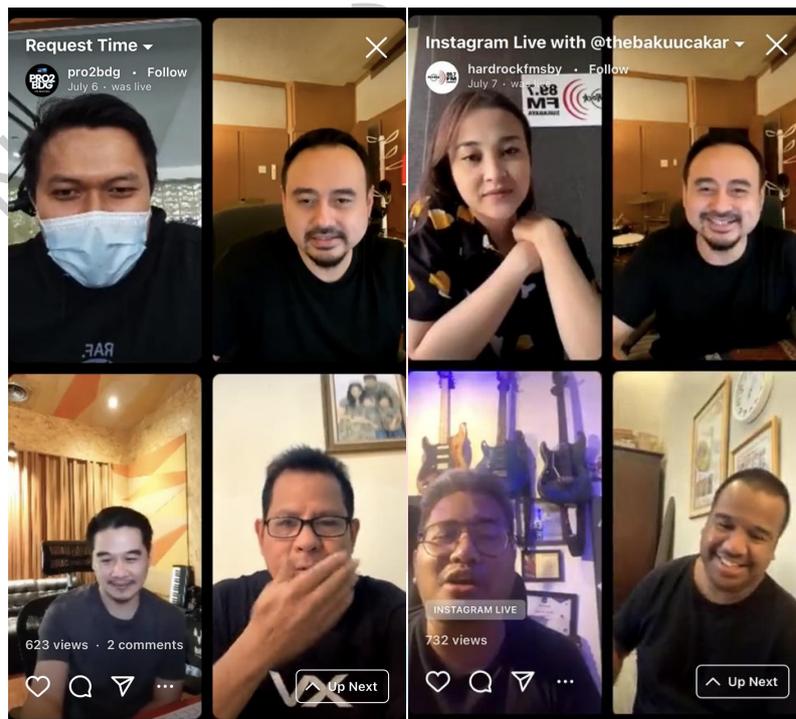


Gambar 3.2 Press release Mutia Ayu dan The Bakuucakar yang terbit di media besar Instagram



Gambar 3.3 Press release The Bakuucakar yang terbit di media Kompas.com

Selain itu, ada beberapa wawancara *talent* dengan beberapa radio yang Praktikan pantau dan ikuti di antaranya adalah dengan PRO2 FM Bandung, HardRock FM Surabaya, Merdeka FM dan masih banyak lagi. Dalam wawancara tersebut, pihak radio dan *talent* biasanya membahas lagu yang baru saja dirilis.



Gambar 3.4 Wawancara The Bakuucakar dengan radio PRO2 Bandung dan HardRock Surabaya melalui *Instagram live*

Praktikan juga membuat tabel *monitoring* yang berisikan status pengiriman dan postingan dari setiap media dan radio. Data *monitoring* yang Praktikan buat ini akan menjadi arsip dari perusahaan dan juga digunakan untuk keperluan akun *Instagram* Musik Bagus Digital sebagai salah satu media musik *Instagram* yang dinaungi oleh manajemen Bumi Entertainment dan label Musik Bagus Records.

No	Media	Email	Submit Presskit	Posting	Placement
1	Billboard Indonesia	alanapramanda@gmail.com bi@billboardid.com	done	done	instagram & website
2	Popharini	info@popharini.com	done	done	instagram & website
3	deathrockstar	deathrockstar.gigs@gmail.com	done		
4	Frekuensiantara	info@frekuensiantara.com	done		
5	musiconfriday	mail@musiconfriday.xyz	mail invalid		
6	siasatpartikelir	contact@siasatpartikelir.com	done		
7	provoked music	provokemusic@kreatifpianindonesia.com	mail invalid		
8	Infopensi	infopensi@gmail.com	done		
9	Manuajakarta	info@manual.co.id	done		
10	junksradio	junksradioinyourtown@gmail.com	done		
11	incotive	info@incotive.com	mail invalid		
12	glanada	redaksi.glanada@gmail.com	done	done	instagram
13	musikatalog	by dm Instagram	done		
14	rockstagejournal	rockstagejournal@gmail.com	done		
15	Durrasi	durrasimedia@gmail.com	done		
16	roovofficial	roovofficial@gmail.com	done		instagram
17	mukata.id	mukatalive@gmail.com	done	done	instagram
18	titikmusik	titikmusik@gmail.com	done		
19	bicaramusik.id	info@bicaramusik.id	done	done	instagram
20	bersamaberkerjabyebas	bersamaberkerjabyebas@gmail.com	done		
21	teamkorahkorah	teamkorahkorah@gmail.com	done	done	instagram
22	kanalitgipuluhmedia	redaksi@kanalitgipuluh.com	done		
23	ekskulmusik	ekskulm@gmail.com	done	done	instagram
24	dengarsenandika	senandikadengar@gmail.com	done		
25	Death Rockstar	deathrockstar.gigs@gmail.com	inbox full		
26	Siasat Partikelir	contact@siasatpartikelir.com	done		

Gambar 3.5 Tabel *monitoring press release* untuk perilisian lagu The Bakuucakar

3.2.3 Perencanaan Konser Virtual Tanda Mata Glenn Fredly

Tanda Mata merupakan *event* tahunan yang selalu diselenggarakan oleh Glenn Fredly setiap tanggal 30 September, yang bertepatan dengan hari ulang tahun Glenn Fredly sendiri. Konser ini merupakan konser persembahan dari Glenn Fredly untuk penyanyi Tanah Air sebagai apresiasi atas kontribusi seumur hidup mereka untuk industri musik Indonesia. Konser Tanda Mata ini telah dilaksanakan sebanyak lima kali sejak tahun 2016, yaitu:

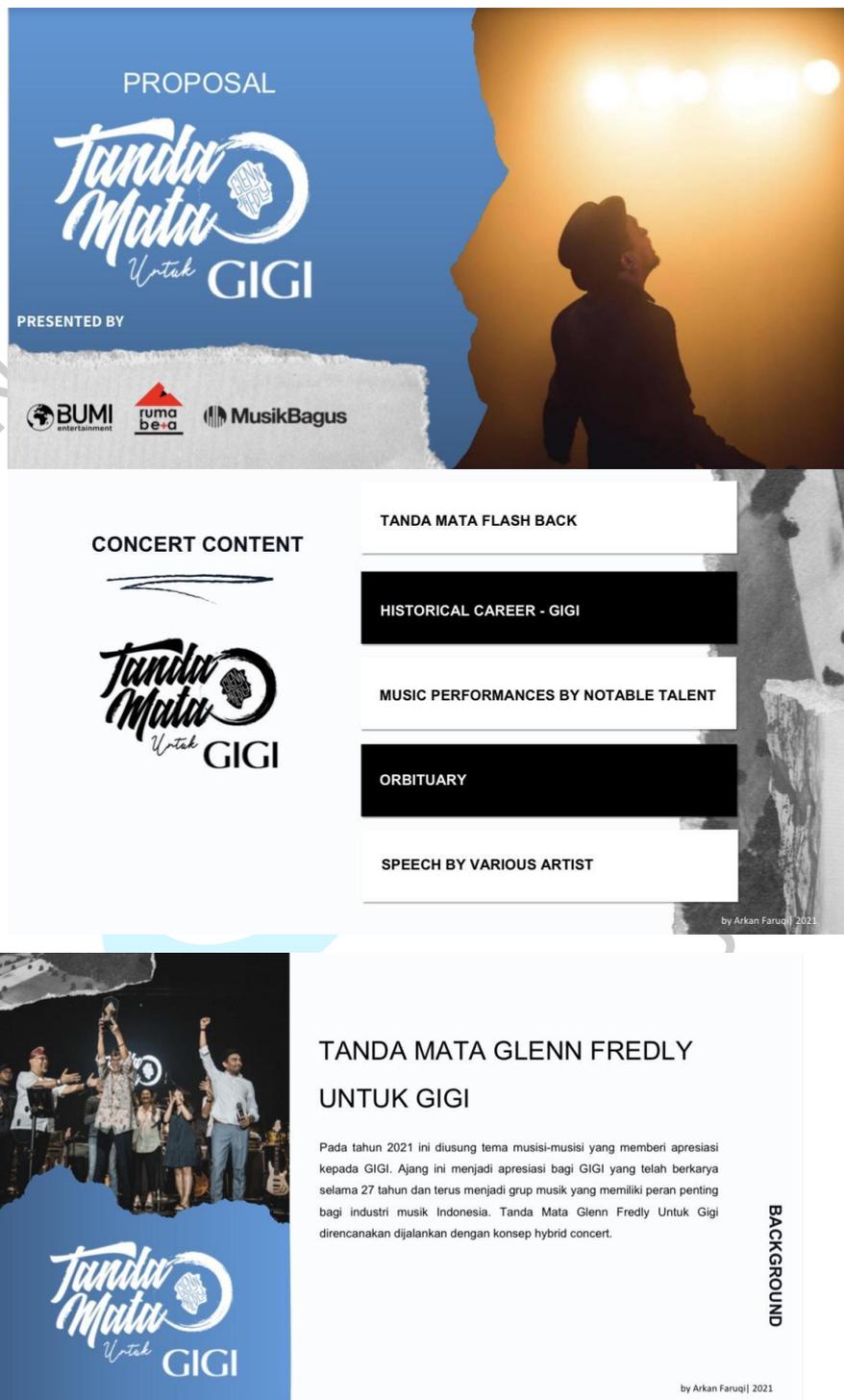
1. Tanda Mata Glenn Fredly untuk Ruth Sahanaya (2016).
2. Tanda Mata Glenn Fredly untuk Slank (2017).
3. Tanda Mata Glenn Fredly untuk Yovie Widianto (2018).
4. Tanda Mata Glenn Fredly untuk Koes Plus Bersaudara (2019).
5. Tanda Mata untuk Masa Depan (2020).

Khusus di tahun 2020, konser Tanda Mata dilaksanakan sebagai *tribute* untuk mengenang meninggalnya Glenn Fredly.

Setelah lima tahun berjalan, Glenn Fredly memiliki tujuan selanjutnya, yaitu untuk mendirikan Tanda Mata Institute.

Di tahun 2021 ini, Bumi Entertainment berencana untuk mengadakan lagi Konser Tanda Mata yang akan dipersembahkan untuk band Gigi. Konser ini akan dibuat secara virtual karena mempertimbangkan situasi dan kondisi pada saat pandemi COVID-19 dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dengan waktu persiapan kurang lebih 2 (dua) bulan, Praktikan diberi tugas dan tanggung jawab untuk mengikuti semua proses perencanaan dan promosi untuk konser virtual ini. Praktikan bergabung dengan tim produksi Tanda Mata bersama produser, *program director*, *digital strategies* dan *creative director*. Pertama-tama Praktikan membantu *Program Director* untuk menyiapkan deck proposal yang nantinya akan Praktikan kirim kepada para calon sponsor.

Praktikan juga diberikan *database* yang berisi kontak dari beberapa perusahaan dan lembaga pemerintah yang sekiranya bisa menjadi target sponsor dan partner potensial untuk konser ini. Sambil menyiapkan *deck proposal*, Praktikan dibantu oleh Produser membuat tabel *check list update* perkembangan dari target sponsor dan partner. Tabel tersebut membantu Praktikan dan seluruh tim produksi Tanda Mata untuk mengetahui dan menyampaikan perkembangan calon sponsor dan partner kepada BoD dan seluruh jajaran di dalam perusahaan termasuk PT. Musik Bagus Indonesia. Setelah *deck proposal* selesai dibuat, *deck* tersebut diserahkan kepada Praktikan untuk dikirim ke semua kontak perusahaan dan lembaga pemerintah yang ada di dalam *database*. Pengiriman *deck proposal* ini membutuhkan waktu kurang lebih satu minggu. Setelah satu minggu berlalu, Praktikan melakukan *follow up* kepada target sponsor dan partner mengenai kelanjutan kerja sama.



Gambar 3.7 Deck proposal Tanda Mata Glenn Fredly untuk Gigi

PAKET SPONSOR

MAIN SPONSOR PLATINUM PACKAGE

450 MIO

EVENT PROMOTION		
Tanda Maya Inventory		
Instagram Post (Feed & Story) Sharing Logo	3	Post(s)
Media Relations Sharing Logo	1	Spot(s)
e-ticket	1000	ticket(s)
BRAND EXPOSURE (Live Streaming Platform)		
Livestreaming		
- Logo on thumbnail & paywall banner	1	spot(s)
- Official Titing "In Collaboration with..."	1	spot(s)
- Credit after live concert (Sharing Logo)	1	spot(s)
- TVC Commercials 15s before and after the show	1	spot(s)
- OBB CBB (Logo on live streaming concert as presenting partner)	1	spot(s)
- Squeeze Frame (looping 10s)	2	spot(s)
- Supermpose (looping 10s)	2	spot(s)
- Program exclusive interview: 1 person on Instagram Live	1	spot(s)

by Arkan Faruqi | 2021

PAKET SPONSOR

MAIN SPONSOR GOLD PACKAGE

300 MIO

EVENT PROMOTION		
Tanda Maya Inventory		
Instagram Post (Feed & Story) Sharing Logo	3	Post(s)
Media Relations Sharing Logo	1	Spot(s)
e-ticket	1000	ticket(s)
BRAND EXPOSURE (Live Streaming Platform)		
Livestreaming		
- Logo on thumbnail & paywall banner	1	spot(s)
- Credit after live concert (Sharing Logo)	1	spot(s)
- TVC Commercials 15s before and after the show	1	spot(s)
- OBB CBB (Logo on live streaming concert as sponsored by)	1	spot(s)
- Squeeze Frame (looping 10s)	1	spot(s)
- Supermpose (looping 10s)	1	spot(s)
- Program exclusive interview: 1 person on Instagram Live	1	spot(s)

by Arkan Faruqi | 2021

PAKET SPONSOR

MAIN SPONSOR SILVER PACKAGE

250 MIO

EVENT PROMOTION		
Tanda Maya Inventory		
Instagram Post (Feed & Story) Sharing Logo	3	Post(s)
Media Relations Sharing Logo	1	Spot(s)
e-ticket	1000	ticket(s)
BRAND EXPOSURE (Live Streaming Platform)		
Livestreaming		
- Logo on thumbnail & paywall banner	1	spot(s)
- Credit after live concert (Sharing Logo)	1	spot(s)
- TVC Commercials 15s after the show	1	spot(s)
- OBB CBB (Logo on live streaming concert as sponsored by)	1	spot(s)
- Squeeze Frame (looping 10s)	1	spot(s)
- Supermpose (looping 10s)	2	spot(s)
- Program exclusive interview: 1 person on Instagram Live	1	spot(s)

by Arkan Faruqi | 2021

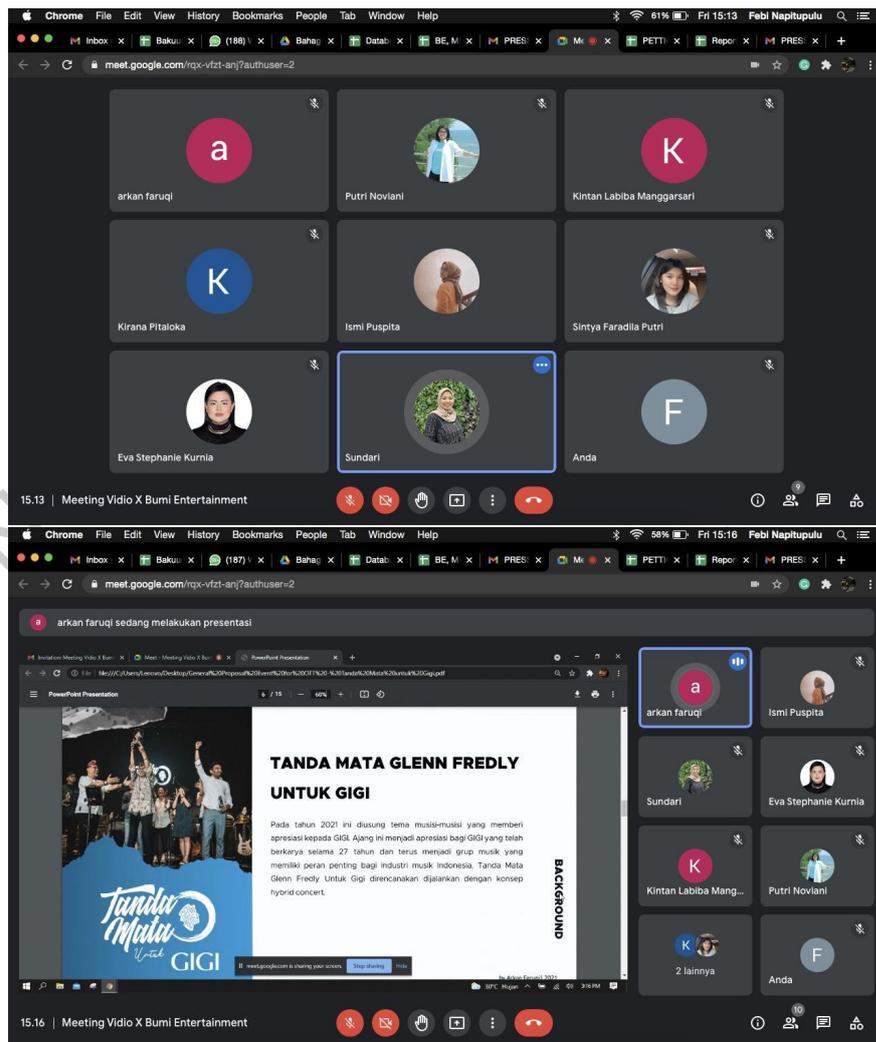
Gambar 3.8 Paket sponsor yang ditawarkan Bumi Entertainment

Praktikan juga melakukan riset pasar dan perusahaan lain untuk ditawarkan kerja sama dengan Bumi Entertainment sebagai sponsor dan partner dari event ini. Praktikan menargetkan sponsor dan partner potensial yang sekiranya segmentasinya cocok dengan

target penonton dari *event* ini. Adapun perusahaan dan partner yang ditargetkan oleh Praktikan di luar dari *database* adalah perusahaan di bidang makanan dan minuman serta *Over-The-Top (OTT) media services* seperti *digital streaming platform*.

Dikarenakan event ini dilaksanakan secara *virtual (online)*, maka diperlukan OTT sebagai partner untuk menjual tiket dan menayangkan konser virtual Tanda Mata ini. Kemudian Praktikan menghubungi beberapa OTT yang ada di Indonesia di antaranya adalah Vidio, Detik, WeTV, Mola, dan Langit Musik. Dari kelima OTT tersebut, ada Vidio dan Detik yang memberikan umpan balik untuk mendiskusikan bentuk kerja sama dengan Bumi Entertainment. Pihak dari Vidio dan Detik sepakat untuk melakukan diskusi secara *virtual* melalui aplikasi *Google Meet*.

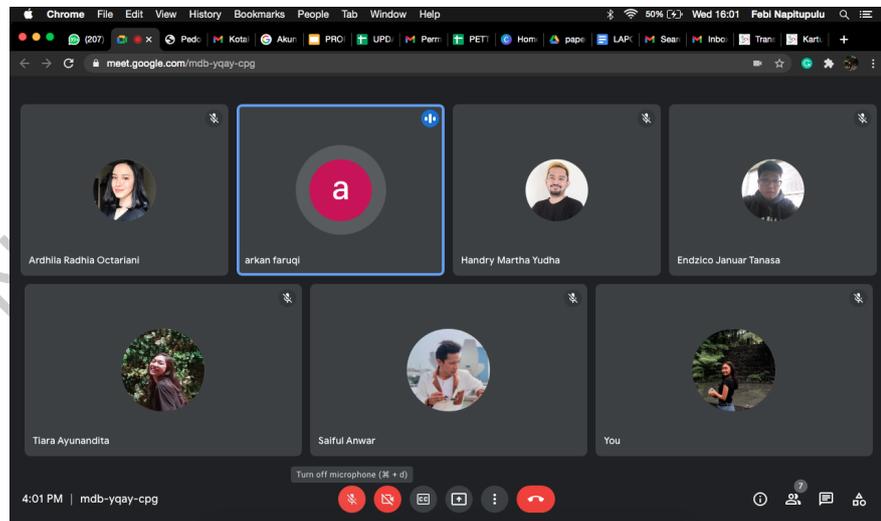
Diskusi pertama dilakukan dengan pihak Vidio di tanggal 20 Juli 2021. Di dalam meeting itu baik dari tim produksi Tanda Mata dan Vidio sama-sama membahas bagaimana bentuk kerja sama yang ditawarkan. Meeting tidak hanya dilakukan sekali, melainkan tiga kali di tanggal 23 Juli 2021 dan 2 Agustus 2021 karena adanya permintaan dari pihak Vidio untuk dibuatkan Profit and Loss (PnL), pematangan konsep penayangan Tanda Mata salah satunya dengan memastikan *wishlist performer* dan beberapa permintaan seperti penayangan konten dan *Video on Demand*. Bentuk kerja sama yang ditawarkan oleh pihak Bumi Entertainment pada Vidio adalah *full funding* untuk seluruh kegiatan produksi Tanda Mata dari *digital streaming platform* yaitu Vidio dan pihak Bumi Entertainment menyediakan tim produksi dan kreatif dan juga penyediaan aset video dan konten untuk kepentingan penayangan.



Gambar 3.9 Meeting virtual dengan Vidio

Kemudian di saat yang bersamaan penawaran juga datang dari Detik.com untuk melakukan kerja sama sebagai *digital streaming platform partner*, *media partner* dan *ticketing partner*. Diketahui bahwa Detik.com menaungi banyak anak perusahaan seperti program televisi Insert, majalah Hai Bunda, media seperti Wolipop, *dyouthizen*, serta bekerja sama dengan stasiun televisi Trans TV dan Trans 7, dan masih banyak lagi. Detik.com juga memiliki studio pribadi di gedung Trans Corp sehingga penawaran dari Detik.com terlihat lebih potensial untuk penayangan Tanda Mata. Praktikan kemudian melakukan diskusi dengan salah satu

public relation dari Detik.com mengenai gambaran kasar konsep Tanda Mata 2021, setelah itu kami sepakat untuk mengadakan meeting virtual perdana antara tim produksi Tanda Mata dengan Detik.com di tanggal 5 Agustus 2021.



Gambar 3.10. Meeting virtual dengan Detik.com

Dari meeting perdana tersebut, Detik.com meminta tim produksi Tanda Mata untuk membuat penawaran dan keperluan produksi yang dibutuhkan, seperti ukuran studio, sound system, lighting, kamera dan lain-lain. Di meeting ini juga dibahas garis besar pembagian keuntungan dari *event* ini. Maka, setelah meeting tersebut tim produksi Tanda Mata mendiskusikan terkait keperluan produksi dengan salah satu *talent* yaitu The Bakuucakar karena mereka yang akan menjadi band pengiring dalam konser ini. Sebelum meeting kedua dilaksanakan, Praktikan berdiskusi dengan salah satu *public relation* dari Detik.com mengenai kerja sama ini. Beberapa hal menjadi fokus untuk Detik.com yaitu konsep, pembagian keuntungan dan bentuk kerja sama yang diharapkan dari Bumi Entertainment terhadap Detik.com. Meeting selanjutnya kemudian dilaksanakan pada tanggal 13 Agustus 2021 dan 18 Agustus 2021. Di dalam *meeting* tersebut membahas konsep dan pembagian keuntungan yang lebih terperinci dan hasil

akhir keputusan bentuk kerja sama yang akan dilakukan antara Bumi Entertainment dengan Detik.com.

Selain menghubungi beberapa partner *digital streaming platform*, Praktikan juga menghubungi beberapa media dengan tujuan menawarkan kerja sama sebagai media partner untuk event Tanda Mata ini. Beberapa media yang sudah memberikan umpan balik pasca Praktikan hubungi meminta untuk dikirimkan surat penawaran yang berisikan kompensasi dari kedua belah pihak yaitu Bumi Entertainment kepada media tersebut dan juga sebaliknya. Maka kemudian Praktikan membuat surat penawaran tersebut dan mendata surat-surat keluar untuk keperluan event ini.

Dari beberapa media partner yang telah dihubungi Praktikan, ada BinusTV yang memberikan umpan balik terkait kerja sama media partner untuk Tanda Mata. BinusTV adalah media televisi komunitas yang berbasis *streaming*. Tim produksi Tanda Mata ingin menjadikan BinusTV sebagai *official media partner* karena beberapa kegiatan produksi seperti wawancara dengan *performer* dilakukan di studio dan disiarkan di *channel* Youtube milik BinusTV. Praktikan melakukan diskusi dengan pihak BinusTV untuk garis besar bentuk kerja sama antara Bumi Entertainment dan BinusTV sebelum melakukan meeting perdana dengan seluruh tim produksi Tanda Mata. Kemudian meeting perdana dilaksanakan pada tanggal 11 Agustus 2021 untuk membahas seluruh bentuk kerja sama sebagai *official media partner*. Setelah itu, tim produksi Tanda Mata beserta BoD dan juga seluruh karyawan Bumi Entertainment melakukan *meeting* kembali untuk menentukan keputusan akhir dari konsep Tanda Mata 2021.

3.2.4 Kerja sama Program NONA dengan Garuda Indonesia

Label musik di bawah naungan PT. Bumi Kreatif Manajemen yaitu Musik Bagus Indonesia kini sedang menaungi satu grup trio wanita bernama NONA, yang beranggotakan Nowella, Nikita Becker dan Novia Bachmid yang juga adalah TOP 10 Indonesian Idol 2020.

Konsep yang dibawakan oleh NONA adalah kecantikan dari wanita Indonesia khususnya wanita dari Timur Indonesia. Mereka memiliki *campaign* untuk membuat setiap wanita Indonesia mencintai diri mereka sendiri karena keunikan dan kecantikan yang mereka miliki.



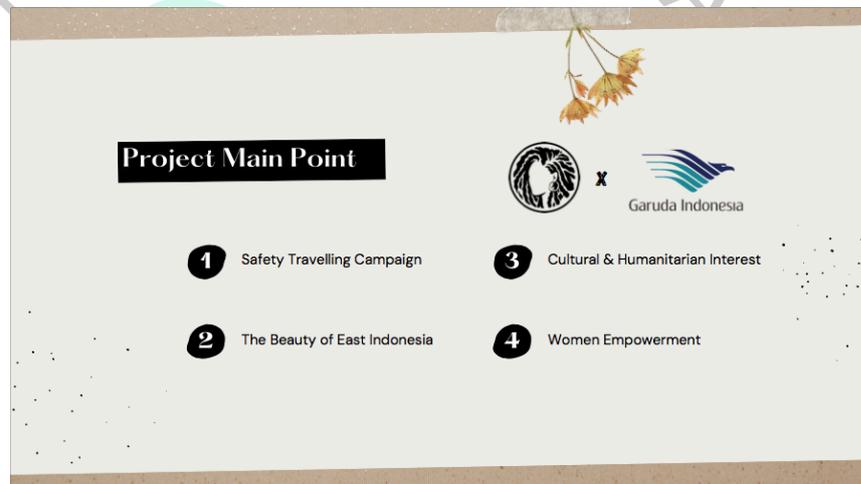
Gambar 3.11 Foto *promo* trio NONA

Awalnya, Praktikan menghubungi pihak Garuda Indonesia untuk menawarkan kerja sama *sponsorship* untuk *web series* dan *short movie* namun ternyata Garuda Indonesia lebih tertarik dengan *campaign* NONA mengenai cantiknya timur Indonesia. Pihak dari Garuda Indonesia mengusulkan untuk membuat sebuah program *campaign* untuk *travelling* dengan aman dan nyaman saat pandemi dengan menggandeng NONA sebagai talentnya. Garuda Indonesia juga ingin membangkitkan wisata budaya, kuliner dan rekreasi di daerah timur Indonesia seperti Kepulauan Maluku dan Papua dengan tujuan untuk membantu perekonomian di sana.

Maka pihak Bumi Entertainment dan Garuda Indonesia sepakat untuk melaksanakan *virtual meeting* pertama pada tanggal 2 Juli 2021. Dalam *meeting* tersebut, baik Garuda Indonesia maupun Bumi Entertainment sama-sama membahas bentuk kerja sama *campaign* apa yang akan dijalankan. Garuda Indonesia mengusulkan agar NONA membuat *music and travel vlog* atau *web*

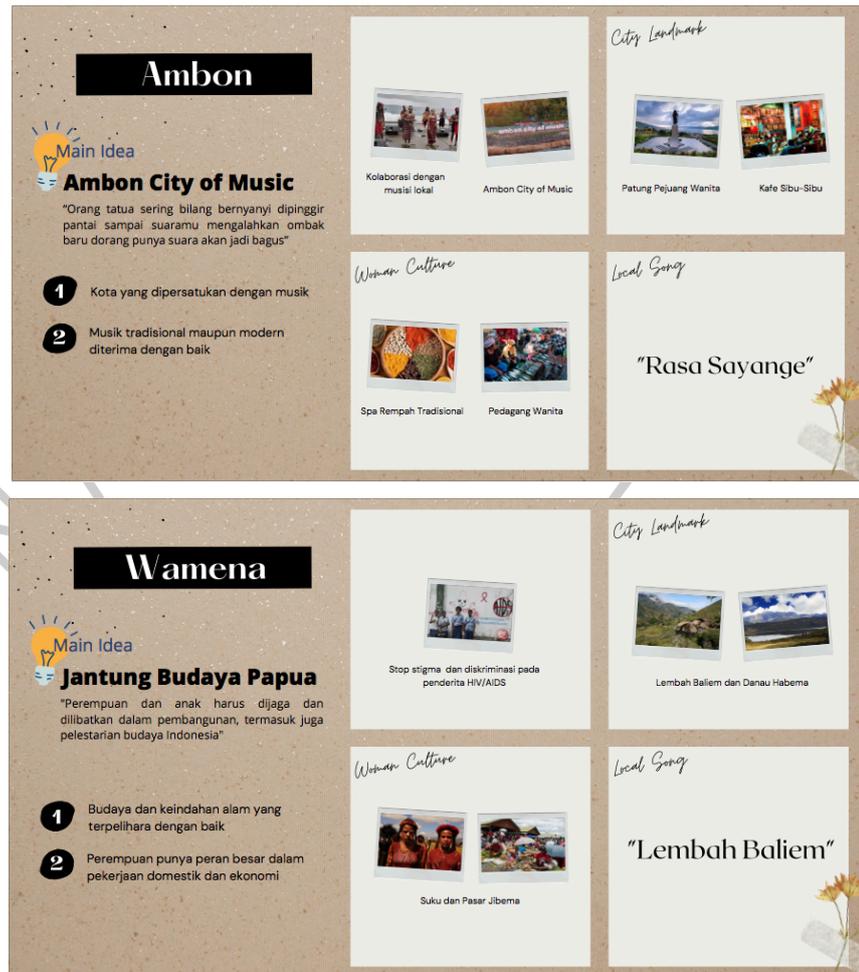
series ke Indonesia Timur yang nantinya akan disiarkan di kanal YouTube Garuda Indonesia. Dalam hal kerja sama ini, Garuda Indonesia bersedia untuk memberikan akomodasi gratis untuk para tim produksi dan *talent* dari Bumi Entertainment.

Setelah *meeting* dengan Garuda Indonesia selesai, tim dari Bumi Entertainment termasuk Praktikan melakukan rapat internal untuk membahas secara detail penawaran dan kerja sama dengan Garuda Indonesia. Kemudian Praktikan diminta oleh produser dan *program director* untuk membuat *deck* proposal kerja sama NONA dengan Garuda Indonesia.



Gambar 3.12 *Deck* proposal kerja sama program NONA dengan Garuda Indonesia

Selama pengerjaan *deck* proposal ini, Praktikan melakukan riset mengenai tempat wisata, wisata kuliner dan wisata musik yang ada di daerah Papua dan Ambon yang nantinya akan menjadi tempat yang akan dikunjungi dalam produksi *campaign* ini.



Gambar 3.13 Rencana program kerja sama NONA dengan Garuda Indonesia

Setelah *deck* proposal selesai dibuat, Praktikan kemudian mengirimnya kembali ke pihak Garuda Indonesia untuk dipertimbangkan kembali penawaran dan bentuk konten yang ditawarkan oleh pihak Bumi Entertainment.

3.2.5 Perencanaan Web Series “Berangkat dari Sebuah Lagu” dan Short Movie Shelomita “Harus”

Selain menggarap *event* konser virtual Tanda Mata, Bumi Entertainment juga menggarap dua *project* yaitu web series “Berangkat dari Sebuah Lagu” dan *short movie* “Harus” yang juga merupakan adalah *official music video* dari penyanyi Shelomita.

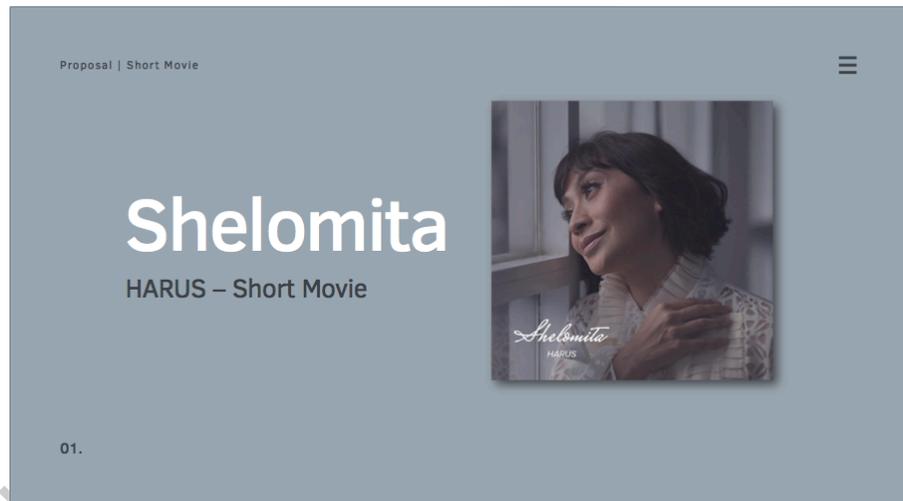
Web series ini terinspirasi dari Glenn Fredly, di mana sebuah lagu bisa menjadi awal dari hal lainnya, salah satunya adalah film. Pada produksi ini Bumi Entertainment dan Musik Bagus berkolaborasi dengan Trilense Films untuk membuat sebuah karya yang dikemas dalam “Berangkat dari Sebuah Lagu The Series” di mana series ini menggabungkan cerita dan lagu dalam bentuk musikal. Sama halnya dengan konser virtual Tanda Mata, produksi web series ini juga membutuhkan dana yang cukup banyak, apalagi web series ini menghadirkan beberapa pemain film Tanah Air.



Gambar 3.14 Deck proposal web series “Berangkat dari Sebuah Lagu”

Selain web series ini, short movie Shelomita dengan judul “Harus” juga dipersiapkan untuk produksi. Lagu “Harus” merupakan lagu yang ditulis oleh Glenn Fredly untuk dinyanyikan oleh Shelomita. Maka, Praktikan diminta untuk membantu menyiapkan *deck* proposal web series dan short movie ini dengan produser.

Setelah *deck* proposal sudah siap, Praktikan diminta untuk menghubungi beberapa sponsor dan partner OTT untuk menawarkan kerja sama sponsorship dan partner *streaming platform* dari kontak yang ada di database yang sebelumnya telah diberikan oleh produser.



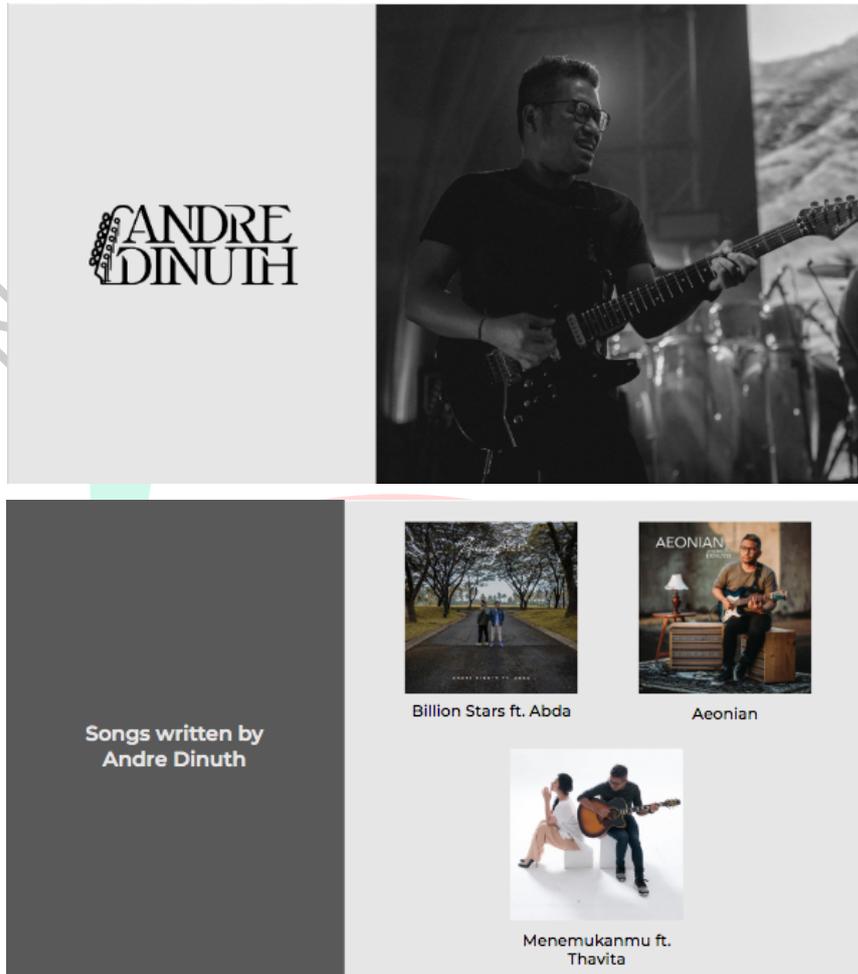
Gambar 3.15 Deck proposal short movie Shelomita “Harus”

3.2.6 Membuat Profiling Talent

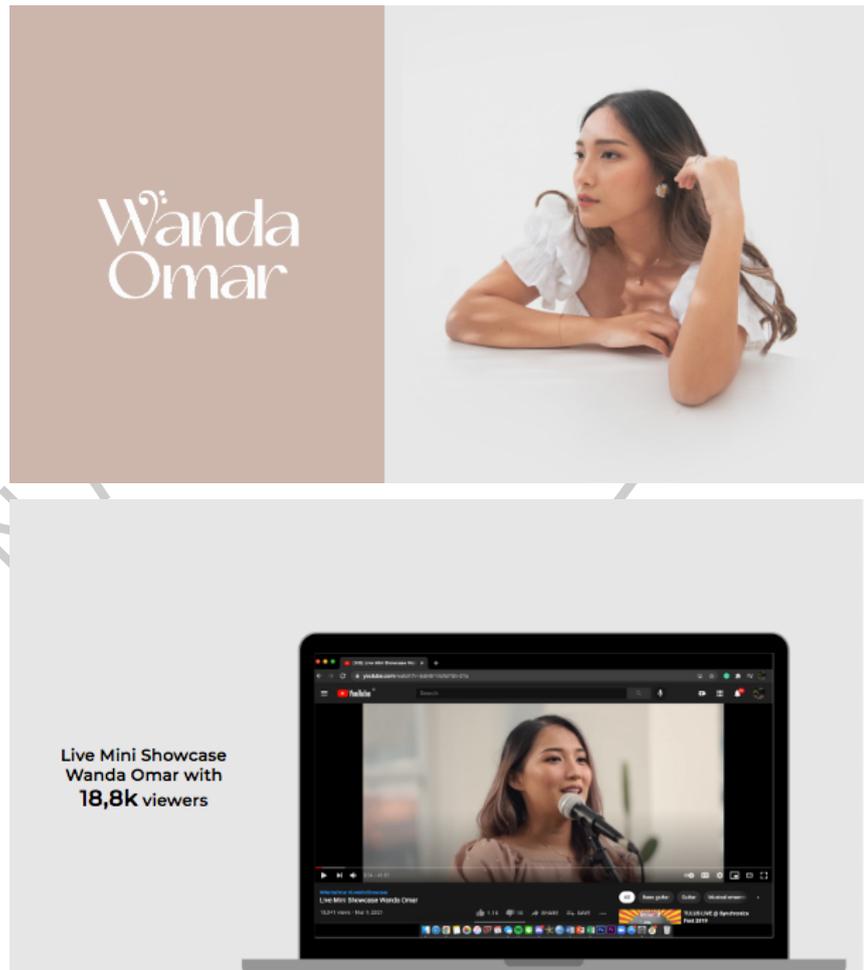
Profiling Talent merupakan bentuk penjelasan secara singkat mengenai *talent* tersebut yang dibuat untuk kebutuhan kerja sama dengan pihak eksternal perusahaan. Praktikan diminta oleh *digital strategies* perusahaan untuk membuat profiling untuk dua talent Bumi Entertainment yaitu Wanda Omar dan Andre Dinuth.

Profiling ini berisikan *background* hidup dari talent tersebut, karya-karya yang dibuat seperti album dan lagu single, dan *engagement* dari setiap media sosial yang dimiliki oleh talent. Praktikan membuat profiling ini dalam dua hari untuk masing-masing talent karena dalam pengerjaannya Praktikan harus

mencari informasi mengenai *background* dari talent ini namun Praktikan diberikan beberapa referensi dari *digital strategies* mengenai *background* dari Wanda Omar dan Andre Dinuth.



Gambar 3.16 *Profiling* untuk Andre Dinuth yang dibuat oleh Praktikan



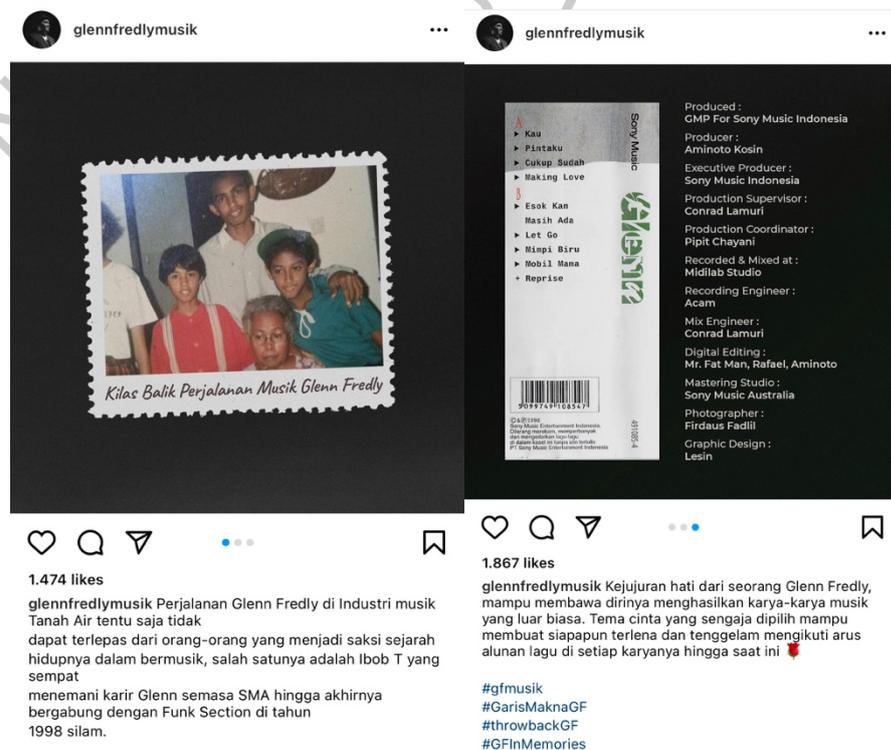
Gambar 3.17 *Profiling* untuk Wanda Omar yang dibuat oleh Praktikan

Setelah *profile* dibuat, Praktikan menyerahkannya kembali kepada *digital strategies* dan produser untuk dikoreksi. Setelah *profile* dikoreksi, Praktikan mengirim *profile* tersebut kepada beberapa media musik melalui *email* di Instagram dan YouTube antara lain adalah Indomusikgram, Vidi-O-Game, Overheard Musisi dan masih banyak lagi untuk menawarkan kerja sama konten.

3.2.7. Perencanaan Konten “Garis Makna” untuk Instagram Glenn Fredly Musik

Bumi Entertainment menggarap konten kilas balik yang dinamakan dengan “Garis Makna” yang berisi seluruh karya Glenn Fredly yang dimuat ke dalam akun *Instagram* @glennredlymusik.

Konten ini bertujuan agar masyarakat khususnya penikmat karya dari Glenn Fredly mengetahui cerita di balik lagu tersebut dan juga agar selalu mengingat karya-karya dari Glenn Fredly. Ada begitu banyak karya dari mendiang Glenn Fredly dari awal karirnya, salah satunya adalah album “Selamat Pagi, Dunia!” yang dirilis pada tahun 2003. Album tersebut berisikan 10 (sepuluh) lagu, di antaranya adalah “Terpesona”, “Sekali Ini Saja”, “Tetes Embun”, dan masih banyak lagi.



Gambar 3.18 Konten “Garis Makna” di Instagram @glennfredlymusik

Praktikan diminta untuk membuat *content planner* untuk konten kilas balik dari album “Selamat Pagi, Dunia!”. Pada pengerjaannya, Praktikan diminta untuk mencari aset-aset *official music video*, *video live performances*, dan juga *official song audio* dari setiap lagu yang ada di album tersebut. Nantinya aset-aset yang sudah dikumpulkan oleh Praktikan akan diserahkan kepada

divisi *creative production* untuk dimuat menjadi *motion graphic* dan dipublikasikan di akun *Instagram @glennfredlymusik*.

3.3 Kendala yang Dihadapi

Selama Praktikan melakukan kerja profesi di PT. Bumi Kreatif Manajemen, praktikan mengalami beberapa kendala yang berasal dari internal maupun eksternal perusahaan tempat kerja profesi praktikan yaitu di PT. Bumi Kreatif Manajemen. Kendala yang praktikan hadapi umumnya berkaitan dengan pihak eksternal perusahaan sehingga terkadang menghambat jalannya program-program kerja sama maupun konten yang sedang direncanakan.

3.3.1 Mereview dan Mengirim *Press Release* kepada Media

Pada saat pengerjaan tugas pertama Praktikan di PT. Bumi Kreatif Manajemen dalam hal mereview dan mengirim *press release* Praktikan menemukan beberapa kendala. Di antaranya adalah bank media yang disiapkan oleh perusahaan belum diperbaharui sehingga masih ada beberapa kontak media yang *invalid* dan jumlah medianya yang masih sedikit. Selain itu, kontak-kontak media ini ada yang beberapa kotak masuk emailnya penuh sehingga tidak dapat menerima email. Maka dalam pengiriman *press release* melalui email Musik Bagus Indonesia *press release* tersebut tidak dapat terkirim ke email tujuan dan kerap kembali ke kotak masuk email Musik Bagus Indonesia karena email yang *invalid* ataupun kotak masuk penerima penuh.

Dalam pengerjaan *press release* ini juga kerap terjadi beberapa kendala seperti adanya revisi naskah *press release* sesaat Praktikan sudah mulai membuat *wording* untuk *body text* email *press release*. Terkadang hal ini menghambat Praktikan untuk mengirim *press release* tepat waktu karena proses revisi yang kadang memakan waktu cukup lama.

3.3.2 Monitoring Media dan Radio

Saat melakukan monitoring media dan radio, Praktikan menemukan beberapa kendala. Di antaranya adalah adanya banyak media di luar bank media yang memposting *press release* membuat Praktikan harus mencari alamat email maupun nomor telepon dari media tersebut untuk dimasukkan ke dalam bank media. Selain itu, wawancara *talent* dengan radio terkadang mengalami perubahan jadwal secara mendadak sehingga Praktikan harus mengatur ulang dan mencocokkan jadwal dengan *talent* yang bersangkutan.

3.3.3 Perencanaan Konser Virtual Tanda Mata Glenn Fredly

Selama 2 (dua) bulan proses persiapan konser virtual ini, Praktikan mengalami beberapa kendala sebagai narahubung dari PT. Bumi Entertainment dengan pihak eksternal. Praktikan telah menghubungi seluruh kontak calon sponsor dan partner yang tersedia di dalam database PT. Bumi Kreatif Manajemen namun terkadang tidak mendapatkan balasan atau kontak *invalid*. Hal ini yang juga akhirnya menghambat jalannya persiapan karena konser ini termasuk konser virtual skala besar yang pasti membutuhkan dana yang juga besar. Maka sulitnya menghubungi para calon sponsor dan partner membuat tim produksi Tanda Mata sulit menentukan perencanaan *budgeting* untuk konser ini. Selain itu, hampir sebagian besar dari calon sponsor dan partner yang Praktikan hubungi, mereka tidak bisa berpartisipasi untuk bekerja sama menjadi sponsor ataupun partner dalam *event* ini karena mereka sedang fokus pada pemulihan perusahaan saat masa pandemi. Di sisi lain, kini *appetite* dari masyarakat luas pada event musik virtual sudah sangat berkurang saat pandemi. Masyarakat lebih tertarik dengan industri *game* atau olahraga seperti sepak bola yang mana juga diadakan secara cuma-cuma atau gratis sehingga bisa menarik perhatian masyarakat hingga ratusan ribu penonton. Hal ini juga sejalan dengan riset yang dilakukan oleh salah satu OTT yaitu Vidio. Selain itu, adanya kebijakan PPKM

yang ditetapkan satu bulan setelah konsep awal ditentukan membuat kami harus mengubah semua tata produksi dari Tanda Mata ini.

Kendala-kendala ini lah yang pada akhirnya menjadi hambatan bagi para tim produksi untuk melakukan *budgeting* dan pematangan konsep dari Tanda Mata 2021 ini. Selama proses perencanaan, tim produksi sudah berulang-ulang kali mengganti konsep dan *budgeting* hingga akhirnya kami bisa menentukan satu konsep final.

3.3.4 Kerja sama Program NONA dengan Garuda Indonesia

Dalam perencanaan kerja sama program NONA dengan Garuda Indonesia ini, Praktikan hanya menemukan sedikit kendala dalam meriset tempat wisata, wisata kuliner dan wisata musik yang ada di Ambon dan Papua karena minimnya informasi.

3.3.5 Perencanaan Web Series “Berangkat dari Sebuah Lagu” dan Short Movie Shelomita “Harus”

Sama halnya dengan saat perencanaan konser virtual Tanda Mata, di mana Praktikan mendapat kendala kesulitan menghubungi calon sponsor dan partner, bahkan tidak mendapatkan balasan atau kontak *invalid* juga terjadi saat proses perencanaan web series dan short movie ini. Beberapa dari mereka juga sudah menyatakan bahwa mereka tidak bisa berpartisipasi dalam project ini. Hal ini menyebabkan pelaksanaan produksi web series dan short movie harus ditunda sampai waktu tertentu. Selain itu, kondisi pandemi saat ini apalagi pemberlakuan PPKM juga tidak memungkinkan produksi dalam skala besar.

3.3.6 Membuat Profiling Talent

Dalam membuat profiling talent, Praktikan tidak menemukan banyak kendala namun permintaan revisi dan saran yang diajukan Praktikan kepada *digital strategies* dan produser sesaat setelah profile selesai dibuat agak sedikit memakan waktu.

Minimnya informasi mengenai latar belakang kehidupan *talent* tersebut juga sedikit menghambat pembuatan profile.

3.3.7 Perencanaan Konten Instagram Glenn Fredly Musik

Album “Selamat Pagi, Dunia!” merupakan album yang sudah dirilis 18 tahun lamanya sejak tahun 2003. Praktikan memiliki kendala saat mencari aset-aset dari setiap lagu yang ada di album tersebut, terutama mencari cerita di balik lagu tersebut tercipta. Praktikan hanya menemukan satu cerita di balik terciptanya lagu yaitu pada lagu “Terpesona” karya Glenn Fredly yang duetkan dengan Audy Item, sedangkan untuk lagu-lagu yang lain Praktikan tidak bisa menemukannya di internet. Cerita di balik lagu tersebut cukup penting untuk pembuatan konten karena nantinya akan menjadi narasi dalam postingan di Instagram @glennfredlymusik.

Selain itu, aset video juga terbilang sangat minim untuk lagu-lagu yang tidak terlalu sering dibawakan Glenn Fredly di antaranya adalah lagu “Hatiku Terganggu” dan “Ku Masih Di Sini”. Beberapa aset video yang Praktikan temukan di YouTube pun terkadang tidak memiliki kualitas video yang bagus.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dengan adanya kendala yang dihadapi oleh Praktikan khususnya dalam mengerjakan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawab Praktikan selama melaksanakan kerja profesi sebagai *marketing relation* di PT. Bumi Entertainment, Praktikan harus bisa menghadapi dan mencari solusi atas kendala yang ada dengan sigap. Menghadapi kendala juga merupakan salah satu bentuk tanggung jawab.

3.4.1 Mereview dan Mengirim *Press Release* kepada Media

Melihat bank media yang disiapkan perusahaan belum diperbaharui sehingga masih banyak kontak yang *invalid*, maka Praktikan secara inisiatif melakukan riset media secara lebih detail lagi untuk mencari kontak yang valid dari setiap media tersebut.

Praktikan juga secara berkala meriset media-media baru di *Instagram* untuk ditambahkan ke dalam bank media perusahaan. Sedangkan untuk media-media yang kotak masuk emailnya penuh, Praktikan mencari kontak alternatif dari media tersebut seperti melakukan *approach* melalui *direct message Instagram* ataupun nomor telepon redaksi media tersebut.

Selain itu, mencegah adanya revisi naskah yang kerap terjadi sesaat sebelum pengiriman email, Praktikan selalu menyiasatinya dengan mengingatkan *digital strategies* mengenai kelengkapan naskah satu hari sebelum lagu rilis. Jika terjadi revisi untuk naskah maka Praktikan juga akan mengingatkan *digital strategies* untuk mengirimkan versi terbaru naskah tersebut satu jam setelah revisi diadakan.

• 3.4.2 Monitoring Media dan Radio

Dalam menangani media-media di luar bank media yang memposting *press release*, Praktikan melakukan pembaharuan terhadap bank media sehingga untuk perilsan selanjutnya media-media baru tersebut sudah masuk dalam data bank media. Hal tersebut juga dapat menguntungkan perusahaan karena akan menambah bank media dan akan semakin banyak media yang dikirim *press release* sehingga masyarakat luas bisa menjadi lebih *aware* terhadap perilsan lagu baru. Kemudian untuk kendala wawancara dengan radio, Praktikan sebisa mungkin mencari jadwal yang terbaik untuk setiap *talent* dan jika wawancara dilakukan dengan The Bakuucakar, maka *talent* selalu membuat *back up plan* jika ada personil The Bakuucakar yang berhalangan untuk diwawancara seperti menggantikannya dengan personil yang lain. Praktika juga selalu memberikan *update* kepada pihak radio mengenai jadwal wawancara minimal dua hari sebelum wawancara dilaksanakan.

3.4.3 Perencanaan Konser Virtual Tanda Mata Glenn Fredly

Sulitnya menghubungi calon sponsor dan partner serta sulitnya mendapatkan balasan dari mereka membuat Praktikan menyarankan agar tim produksi meninjau kembali mengenai *deck* proposal dan konsep yang dibuat. Menurut Praktikan, untuk meyakini para calon sponsor dan partner, dibutuhkan kesan yang baik dari narahubung, yaitu Praktikan sendiri dan juga *deck* proposal yang diberikan kepada mereka untuk direview. Akhirnya seluruh tim produksi menyetujui untuk merombak *deck* proposal. Untuk calon sponsor dan partner yang tidak membalas, Praktikan mereview kembali *wording* saat menghubungi para calon sponsor ataupun partner, apakah sudah menyampaikan informasi dengan jelas dan sopan. Kemudian Praktikan melakukan *follow up* untuk memastikan bahwa informasi dari Praktikan tidak terlewatkan dan bisa dibaca oleh mereka.

Setelah mengetahui riset bahwa kini masyarakat luas lebih tertarik dengan industri *game* dan olahraga yang bisa diakses gratis, dan juga mempertimbangkan pendanaan yang sangat minim maka tim produksi Tanda Mata berpikir bahwa sebaiknya Tanda Mata tahun 2021 diadakan hanya dengan memberikan sebuah musik dokumenter mengenai perjalanan Tanda Mata dari tahun 2016 hingga sekarang yang dinamakan “Sebuah Perjalanan Tanda Mata”. Musik dokumenter ini juga berisikan bintang-bintang besar Tanah Air, tidak hanya penyanyi saja, namun juga ada beberapa pemain film yang akrab dengan Glenn Fredly semasa hidupnya, yang memberikan pesan untuk keberlangsungan ekosistem musik Indonesia. Musik dokumenter ini akan ditayangkan di kanal YouTube Glenn Fredly dan dapat diakses seluruh masyarakat tanpa harus mengeluarkan biaya. Hal ini juga dengan mempertimbangkan kebijakan PPKM di mana produksi skala besar sangat dibatasi.

Untuk semua partner yang sudah bersedia untuk bekerja sama seperti Detik.com, BinusTV dan beberapa media partner, Bumi Entertainment mengeluarkan surat resmi sekaligus

penundaan konser Tanda Mata Glenn Fredly untuk Gigi yang dikirimkan kepada mereka melalui Praktikan.

3.4.4 Kerja sama Program NONA dengan Garuda Indonesia

Akibat minimnya informasi mengenai tempat wisata, wisata makanan, dan wisata musik di Ambon dan Papua, Praktikan akhirnya mengajak *program director* untuk bekerja sama dalam mencari informasi tersebut dan menyusun *deck* proposal yang akan dikirimkan ke Garuda Indonesia. Praktikan dan *program director* melakukan riset bersama melalui internet dan juga wawancara singkat dengan beberapa orang dari Timur Indonesia, yang juga merupakan kerabat kami sendiri, rekan kerja dan BoD dari PT. Bumi Kreatif Manajemen.

3.4.5 Perencanaan Web Series “Berangkat dari Sebuah Lagu” dan Short Movie Shelomita “Harus”

Sama halnya dengan perencanaan Tanda Mata 2021, kesulitan menghubungi calon sponsor dan partner membuat tim produksi web series dan short movie mereview kembali *deck* proposal yang telah dibuat, kemudian dikemas ulang agar bisa menarik minat para calon sponsor dan partner. Tetapi mempertimbangkan pendanaan dan kebijakan PPKM, maka Bumi Entertainment memutuskan untuk menunda produksi dari *short movie* “Harus”, dan menyerahkan seluruh produksi web series kepada partner rumah produksi Visionplus.

3.4.6 Membuat Profiling Talent

Permintaan revisi yang cukup lama dilakukan oleh produser dan *digital strategies* membuat Praktikan berinisiatif untuk terus *follow up* kepada mereka agar pengerjaan revisi bisa dilakukan tepat waktu oleh Praktikan dan nantinya *profiling* tersebut bisa langsung dikirim ke media musik yang ada di YouTube. Selain itu, Praktikan mengatasi kendala minimnya informasi mengenai latar belakang kehidupan para *talent* dengan mengkonfirmasi

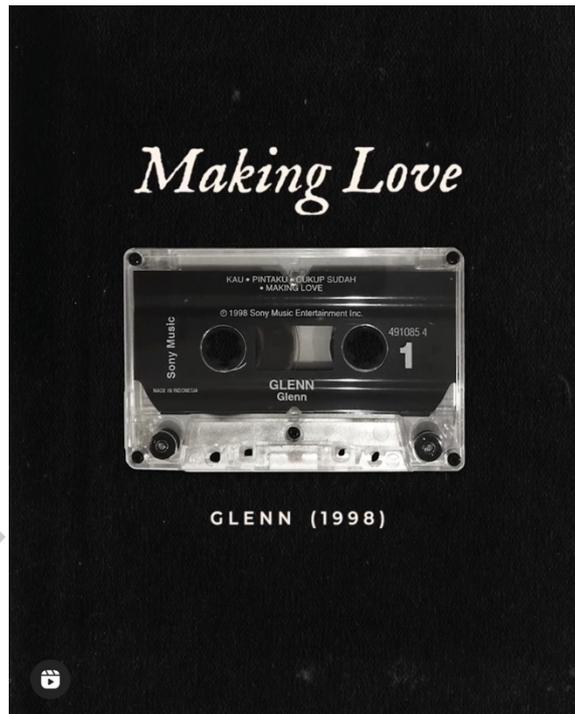
langsung cerita singkat latar belakang kehidupan mereka kepada *digital strategies* agar informasi yang disajikan dalam *profiling* tersebut valid.

3.4.7 Perencanaan Konten Instagram Glenn Fredly Musik

Beberapa kendala yang dihadapi oleh Praktikan saat melakukan perencanaan konten untuk *Instagram @glennfredlymusik* seperti cerita di balik lagu dan aset video yang minim diatasi dengan membuat dua tipe konten, yaitu *campaign* dan *usual content*. Untuk *campaign* adalah lagu-lagu yang aset videonya cukup banyak sehingga bisa dijadikan postingan *reels* di *Instagram* dengan menggunakan aset video tersebut sebagai visual konten, sedangkan untuk *usual content* hanya berisikan audio dan menggunakan *motion graphic* sebagai visual dari konten tersebut.



Gambar 3.19 Konten “Garis Makna” yang berbentuk *campaign*



Gambar 3.20 Konten “Garis Makna” yang berbentuk *usual content*

3.5 Pembelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Kerja Profesi selama kurang lebih tiga bulan pada posisi *marketing relation* di PT. Bumi Kreatif Manajemen menghasilkan beberapa pembelajaran yang Praktikan peroleh yaitu:

1. Pada bidang Manajemen Pemasaran,
Praktikan memperoleh pembelajaran mengenai implementasi teori-teori yang berhubungan dengan manajemen pemasaran yang didapatkan selama pembelajaran di kelas seperti menetapkan strategi pemasaran untuk setiap *event*, *project*, dan *talent* dari PT. Bumi Kreatif Manajemen, menentukan segmentasi dan target pasar untuk *event* yang diselenggarakan perusahaan, serta berhadapan langsung dengan pihak eksternal perusahaan melakukan pendekatan promosi.
2. Komunikasi Bisnis,
praktikan memperoleh pembelajaran mengenai cara berkomunikasi dengan baik dan benar dengan cara melakukan pemilihan kata yang disesuaikan dengan lawan bicara agar

tidak terjadi kesenjangan atau *miss communication*. Tidak hanya berkomunikasi secara lisan dengan sesama pegawai, atasan atau pimpinan dan juga pihak eksternal perusahaan seperti partner, namun juga berkomunikasi secara tulisan saat membuat proposal, *press release* dan surat-surat penawaran kerjasama.

3. Menambah Wawasan dan Pengalaman Mengenai Dunia Kerja
Selama melakukan program kerja profesi ini, Praktikan dapat mengalami dan merasakan secara langsung bekerja di sebuah perusahaan khususnya di industri kreatif di mana pergerakannya sangat dinamis dan tidak lagi terpaku pada aturan baku seperti yang biasa dijumpai pada korporasi besar.
4. Menambah Wawasan Mengenai Proses Penciptaan Karya
Praktikan sebelumnya hanya menjadi penikmat karya tanpa mengetahui proses pembuatannya hingga akhirnya karya tersebut bisa dinikmati oleh masyarakat luas. Melalui kerja profesi ini Praktikan terlibat langsung dalam setiap proses perencanaan karya hingga akhirnya karya tersebut. Maka kini Praktikan bisa lebih menghargai para pencipta karya seperti etika bermusik yang dimulai dengan menghargai hak para musisi.