

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA PROFESI**

#### **3.1 Bidang Kerja**

*Event organizer* atau EO adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk mengelola sebuah acara. Tugas seorang *event organizer* dalam sebuah pengelolaan acara yaitu sebagai pihak penyelenggara acara, membantu dalam membuat perencanaan acara mulai dari konsep acara, tema, rangkaian kegiatan acara, hingga tahapan evaluasi (Kumparan, 2021). Sebagai seorang *event organizer* dituntut untuk memiliki kreativitas yang tinggi, memiliki kemampuan untuk memecahkan suatu permasalahan, memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik kecepatan, ketepatan, dan kemampuan lainnya yang dapat mendukung pekerjaannya sebagai seorang *event organizer*.

Pada kegiatan KP ini praktikan mendapat kesempatan untuk menggali ilmu di Fresh Market Bintaro pada divisi *Marketing and Tenant Relations* yang dimana tugasnya membuat strategi perencanaan pemasaran yang dapat menarik antusias konsumen. Pada kegiatan ini praktikan diberikan tanggung jawab untuk membuat strategi pemasaran yaitu membuat sebuah acara dan membantu dalam pengelolaan acara. Pekerjaan utama praktikan selama menjalankan kegiatan Kerja Profesi di Fresh Market Bintaro yaitu sebagai *event organizer* dan social media manager. Selain itu praktikan juga memiliki pekerjaan tambahan yaitu melakukan kegiatan riset kepuasan pelanggan menggunakan metode survey.

Pekerjaan utama yang praktikan lakukan saat melakukan Kerja Profesi berkaitan dengan pekerjaan dan tugas seorang *Public Relations* yaitu *special event* yang mana seorang PR harus bisa merancang suatu acara. Pada tugas ini PR mampu mengelola acara baik itu acara internal perusahaan, ataupun acara khusus lainnya (Broom & Sha, 2013). Pada kegiatan kerja profesi ini praktikan membuat sebuah *event* yaitu FMB IN ACTION yang dilaksanakan pada tanggal 17 Agustus 2022. Selain itu, dalam pelaksanaan Kerja Profesi, praktikan melakukan beberapa tugas lainnya yaitu mengelola media sosial dan melakukan riset kepuasan pengunjung tenant dan pengunjung Fresh Market Bintaro.

### **3.1.1 *Event Management***

Menurut Goldblatt (2014) event management merupakan kegiatan yang dilakukan secara profesional untuk mempertemukan orang-orang atau golongan tertentu yang memiliki tujuan tertentu untuk melaksanakan perayaan pendidikan, pemasaran, dan reuni dimana setiap individu memiliki tanggung jawab dalam mengadakan, merancang hingga melakukan pengorganisasian serta penilaian dalam merealisasikan suatu acara. Menurut Noor (2013), event management adalah suatu aktivitas yang dirancang oleh organisasi atau lembaga yang dijalankan secara profesional, efisien, dan efektif, mulai dari pre-event hingga post event. Dapat disimpulkan bahwa event management adalah sebuah aktivitas mengumpulkan dan mempertemukan orang-orang atau golongan dengan maksud dan tujuan tertentu yang dikelola secara profesional mulai dari pre-event hingga post event.

Menurut Sitepu (2012), event management merupakan salah satu kegiatan dari seorang praktisi PR untuk membangun reputasi dan brand image positif perusahaan di mata internal dan eksternal perusahaan. Selain itu event management atau manajemen acara dinilai sebagai salah satu cara yang efektif untuk membuat sebuah acara dikarenakan terdapat beberapa tahapan yang dapat mengatur pengorganisasian secara teratur. Dalam menyelenggarakan sebuah acara, tidak dapat dipungkiri bahwa peran marketing communication tidak dapat dilepaskan dalam melakukan kegiatan publikasi terkait dengan acara. Maka dari itu penting sekali untuk melakukan manajemen acara yang baik agar dapat menghasilkan sebuah acara yang sukses.

Pada perusahaan PT Jaya Real Property pada unit Fresh Market Bintaro memiliki fokus acara untuk kegiatan eksternal saja. Hal ini dikarenakan Fresh Market Bintaro ingin mengutamakan perhatian dari publik untuk memberikan citra positif dikalangan masyarakat dan juga event yang diadakan di Fresh Market Bintaro memiliki tujuan yaitu untuk meningkatkan traffic kunjungan. Dalam mengadakan sebuah acara, Fresh Market Bintaro mengadakan sebuah acara sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat. Untuk menarik perhatian dari masyarakat, Fresh Market Bintaro berusaha untuk mengadakan event setidaknya satu tahun sekali untuk event besar.

### **3.1.1.1 Jenis – Jenis Event**

Setiap acara pastinya memiliki jenis atau kategorisasinya tersendiri. Hal ini dibedakan dari kebutuhan dan tujuan yang telah dirancang oleh pihak penyelenggara acara. Menurut Noor (2013) terdapat 4 jenis kategori acara berdasarkan kategori special event yang diantaranya yaitu Leisure Event, Personal Event, Cultural Event, dan Organizational Event. Salah satu jenis acara yang dilakukan oleh Fresh Market Bintaro yaitu Organizational Event. Organizational Event merupakan sebuah kategori acara yang diselenggarakan oleh suatu organisasi atau perusahaan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi.

Dalam sebuah acara yang diadakan oleh organisasi atau perusahaan biasanya memiliki beberapa tujuan contohnya meningkatkan citra perusahaan, menjalin hubungan baik dengan eksternal perusahaan, meningkatkan penjualan, dan lain sebagainya. Fresh Market Bintaro memiliki tujuan pada acara ini yaitu untuk meningkatkan traffic kunjungan di Fresh Market Bintaro baik itu di area lapak, kios, maupun ruko. Selain itu tujuan lainnya yaitu untuk meningkatkan brand awareness Fresh Market Bintaro dikalangan masyarakat Bintaro terkait dengan keberadaannya sebagai salah satu pusat perbelanjaan yang menyediakan berbagai macam komoditi yang ditawarkan kepada masyarakat.

Selain itu, seiring perkembangan waktu dan adanya fenomena Covid-19 jenis-jenis acara semakin berkembang yang diantaranya Event offline, event online, dan event hybrid. Dalam pelaksanaan event yang dilaksanakan di Fresh Market Bintaro terdapat dua jenis event yang dilaksanakan yaitu event offline dan event online. Dari kedua jenis event yang dilaksanakan di Fresh Market Bintaro, pastinya terdapat perencanaan yang berbeda serta memiliki tantangannya masing-masing.

Untuk pelaksanaan event offline perencanaan yang dipersiapkan jauh lebih kompleks yang diantaranya untuk persiapan terkait dengan konsep acara jauh lebih lama dan lebih kompleks dikarenakan pada acara offline yang diselenggarakan di Fresh Market Bintaro yaitu FMB IN ACTION terdapat beberapa kegiatan yang akan dilaksanakan. Sedangkan untuk event online yang dilaksanakan hanya berupa live session dengan fitur live di Instagram yang konsepnya jauh lebih sederhana. Selain itu jika dilihat dari segi audiens, target audiens yang direncanakan untuk event offline dan event online berbeda. Untuk

target audience pada event offline sejumlah 300 orang, sedangkan untuk event online sejumlah 50 orang.

Dari kedua event yang diselenggarakan oleh Fresh Market Bintaro pastinya terdapat tantangan dalam melakukan pengelolaan acaranya. Tantangan yang dihadapi baik dari segi event offline dan event online yaitu dari segi audiens. Audiens merupakan salah satu indikator dari pencapaian sebuah acara. Untuk event offline sendiri tantangannya yaitu bagaimana caranya untuk audiens hadir dan turut serta diseluruh kegiatan yang terdapat pada acara FMB IN ACTION. Sedangkan untuk di event online tantangan yang dihadapi yaitu menjaga keterlibatan partisipan untuk tetap menonton kegiatan secara daring.

#### **3.1.1.2 Karakteristik Event**

Dalam membuat sebuah acara pastinya harus dikemas dalam bentuk yang menarik dan penuh dengan kreativitas. Hal ini pun tidak lepas dari karakteristik dalam proses manajemennya. Terdapat 4 (empat) karakteristik sebuah acara yang diantaranya Personal Interaction (interaksi dengan pengunjung), Intangibility (sebuah acara dapat memiliki kesan yang baik), Uniqueness (keunikan dari sebuah acara), dan Perishability (pembeda dari acara lainnya). Dalam pengelolaan acara di Fresh Market Bintaro karakteristik yang dibangun pada setiap acaranya memenuhi ketiga kriteria yaitu Personal Interaction, dan Intangibility, Uniqueness.

Salah satu acara di Fresh Market Bintaro yang menerapkan keempat karakteristik ini yaitu acara FMB IN ACTION. Pada acara tersebut memenuhi keempat karakteristik tersebut. Untuk personal interaction pada kegiatan FMB IN ACTION terdapat kegiatan yang melibatkan peran pengunjung yaitu rangkaian pembagian voucher lapak senilai Rp77.000 yang memang diperuntukan khusus untuk pengunjung yang datang di acara FMB IN ACTION. Kemudian karakteristik yang kedua yaitu Intangibility yang mana acara FMB IN ACTION ini cukup memberikan kesan khususnya kepada seluruh peserta kegiatan Rally Photoshoot Competition yang memiliki pengalaman baru dalam mengikuti kegiatan fotografi yang objek fotonya merupakan tenant-tenant yang ada di Fresh Market Bintaro seperti lapak ikan, lapak sayur, lapak buah, dan lain sebagainya.

Kemudian karakteristik terakhir yang terdapat pada acara FMB IN ACTION yaitu uniqueness yang mana acara FMB IN ACTION ini memiliki keunikan dari segi rangkaian acara yaitu kegiatan Rally Photoshoot Competition. Rangkaian kegiatan

ini menjadi salah satu keunikan dari yang mana kegiatan tersebut belum pernah dilakukan dipasar-pasar yang serupa dengan Fresh Market Bintaro. Jika pada umumnya kegiatan photoshoot biasanya diadakan seperti di alam, ruang terbuka, tempat wisata, atau tempat lainya tetapi kali ini set dan objek foto yang digunakan yaitu area pasar Fresh Market Bintaro.

Dalam sebuah penyelenggaraan acara yang sukses, terdapat beberapa tahapan yang perlu dilalui dan dilakukan oleh pihak penyelenggara acara. Hal ini perlu dilalui karena dalam sebuah acara memiliki komponen-komponen yang perlu dipersiapkan mulai dari tema, konsep acara, hingga strategi-strategi yang diterapkan dalam sebuah acara. Menurut Suhendra pada Modul 5 terkait dengan event management terdapat lima tahap yang diantaranya perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organization*), pelaksanaan (*actuating*), pengawasan (*controlling*), dan evaluasi (*evaluating*). Tetapi dalam modulnya, Suhendra mengklasifikasikan kelima tahap tersebut diklasifikasikan menjadi tiga tahapan kegiatan yaitu pre-event, pelaksanaan event, dan post-event. Berikut adalah penjelasan terkait dengan tahapan rangkaian *event*:

#### **1. Tahap Pre-Event**

Tahap yang pertama yaitu pre-event. Tahap ini dilakukan sebelum pelaksanaan acara. Dalam modulnya, Suhendra menjelaskan bahwa terdapat dua tahapan yang dilakukan pada tahap *pre-event* yaitu perencanaan (*planning*) dan pengorganisasian.

##### **a. Perencanaan (*Planning*)**

Pada tahapan perencanaan, pihak penyelenggara dituntut untuk membuat sebuah perencanaan acara yang baik agar acara dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Untuk menghasilkan sebuah perencanaan yang efektif dan efisien. Terdapat sebuah tahapan utama yang perlu dilakukan pihak penyelenggara acara yaitu riset. Tujuan dilakukan risetnya yaitu untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan dari target pasar. Dalam tahapan ini pihak penyelenggara dapat melakukan riset dengan menggunakan data kuantitatif, data kualitatif, metode riset 5W + 1H dan analisis SWOT. Pada pelaksanaan riset acara FMB IN ACTION, praktikan diberikan tanggung jawab untuk melakukan riset dengan menggunakan metode 5W+1H.

Selain itu adanya perencanaan dibutuhkan juga untuk melakukan koordinasi yang dengan divisi atau tim yang akan terlibat pada acara. Pada perencanaan sebuah acara dimulai dengan menentukan tujuan yang jelas terkait dengan dilaksanakan acara tersebut. Pada tahapan perencanaan, terdapat tiga bagian pokok yang termasuk kedalam perencanaan diantaranya:

1. Bagian Keuangan

Dalam perencanaan sebuah acara, bagian keuangan bertugas untuk membuat perencanaan keuangan detail acara, menentukan pemasukan dan pengeluaran acara, menentukan sponsorship yang akan terlibat pada acara.

2. Bagian Operasional

Pada perencanaan sebuah acara, bagian operasional memiliki keterlibatan dari segi pemenuhan SDM yang terlibat pada acara, mempersiapkan segala kebutuhan acara mulai dari lokasi, peralatan yang dibutuhkan seperti dekorasi. Selain itu bagian ini juga mempersiapkan dari segi keamanan acara.

3. Bagian Pemasaran

Pada perencanaan acara, bagian pemasaran merupakan salah satu bagian yang cukup memiliki peranan penting. Hal ini dikarenakan bagian ini berkaitan dengan strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan dalam sebuah acara yaitu bertujuan untuk menarik perhatian publik untuk turut serta pada acara tersebut. Strategi promosi yang efektif dapat dikatakan jika promosi tersebut dapat tersampaikan kepada target sasaran yang telah ditentukan.

b. **Pengorganisasian (*Organization*)**

Dalam penyelenggaraan *event*, struktur organisasi merupakan salah satu hal yang dapat mempermudah sistem operasional *event*. Penyusunan struktur organisasi memiliki tujuan yaitu menentukan pembagian, proses, dan alur dari masing-masing tim serta adanya pengambilan keputusan yang terpusat agar seluruh hasil kerja dapat efektif dilaksanakan.

2. **Tahap Pelaksanaan *Event***

Tahap pelaksanaan *event* merupakan tahap eksekusi dari tahap sebelumnya yaitu perencanaan. Dapat dikatakan tahap ini merupakan

implementasi dari seluruh tahap perencanaan. Pada tahap ini, terdapat dua tahapan yaitu pelaksanaan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*).

**a. Pelaksanaan (*Actuating*)**

Pada tahapan pelaksanaan, tidak hanya mengacu kepada kegiatan pelaksanaan hari H pelaksanaan acara saja, tetapi memiliki cakupan yang cukup luas yaitu memperhitungkan durasi dalam melakukan beberapa pemasangan dekorasi set pada lokasi acara. Dalam tahapan ini, seorang penyelenggara dibutuhkan sebuah perhitungan yang akurat dan ketepatan dalam memperhitungkan segala persiapan yang dibutuhkan pada pelaksanaan acara.

**b. Pengawasan (*Controlling*)**

Dalam pelaksanaan acara, pengawasan perlu untuk dilakukan untuk memastikan seluruh hal yang dibutuhkan pada pelaksanaan acara. Pada tahapan ini pihak penyelenggara dalam membuat list peralatan dan kebutuhan yang diperlukan pada saat pelaksanaan acara yang tujuannya untuk mempermudah pengecekan. Selain itu pada pengawasan, perlu diperhatikan juga terkait dengan seluruh pihak-pihak yang akan terlibat dalam pengisi acara.

**3. Tahap *Post Event***

Tahap ini merupakan tahapan terakhir dalam rangkaian *event*. Tahap ini menunjukkan bahwa rangkaian acara telah selesai. Setelah acara selesai diselenggarakan, tahapan evaluasi perlu dilakukan sebagai salah satu bentuk masukan acara kedepannya. Evaluasi sumatif yang adalah evaluasi yang dilakukan setelah acara berlangsung. Bahan evaluasi yang dapat dibahas dalam evaluasi sumatif yaitu berasal dari data yang telah diperoleh selama acara berlangsung, realisasi acara, dan output yang diberikan pada acara tersebut. Hasil pada tahapan evaluasi dapat menjadi masukan untuk pihak penyelenggara selanjutnya untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada acara sebelumnya

**3.1.2 *Social Media Management***

Social Media Management merupakan kegiatan produksi, menerbitkan dan menganalisis konten yang akan di posting pada portal media sosial. (Pahlephi, 2022). Pada sebuah perusahaan, peran seorang social media manager cukup penting dalam membantu kegiatan perusahaan dalam mempromosikan produk.

Konten yang diunggah pada laman media sosial pastinya butuh perencanaan konten yang baik agar menghasilkan konten-konten yang dapat merepresentasikan produk perusahaan dan produk yang ditawarkan kepada publiknya. Terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh social media manager yaitu membuat penjadwalan waktu posting, melakukan interaksi dengan publiknya, dan menanggapi segala suatu hal yang ada di media sosial dengan cepat.

Media sosial resmi yang dimiliki oleh Fresh Market Bintaro yaitu hanya Instagram. Nama akun media sosial Instagram Fresh Market Bintaro yaitu @freshmarket.bintaro. Media sosial Instagram Fresh Market Bintaro digunakan sebagai media promosi tenant-tenant yang ada Fresh Market Bintaro. Selain itu, Fresh Market Bintaro memanfaatkan media sosial Instagramnya sebagai media informasi seputar kegiatan yang ada di Fresh Market Bintaro. Pada pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi, praktikan diberikan tanggung jawab sebagai social media manager di Fresh Market Bintaro. Praktikan diberikan tugas untuk membuat content planning untuk media sosial Instagram Fresh Market Bintaro.

Terdapat tahapan yang dilakukan seorang social media manager untuk membuat konten-konten di media sosial diantaranya sebagai berikut:

#### 1. **Perencanaan Konten (*Planning*)**

Untuk membuat sebuah konten di media sosial, terdapat sebuah tahapan yaitu perencanaan. Seorang social media manager bertugas untuk membuat sebuah perencanaan konten yang terorganisir secara rapih dan efektif.. Sebelum konten disajikan di media sosial, social media manager melakukan beberapa riset konten. Tujuan dilakukanya riset untuk mencari fokus konten yang akan disajikan disetiap minggunya. Sehingga pada akhirnya, tema konten yang disajikan disetiap minggunya memiliki fokus tema yang berbeda dan memberikan variasi tema konten disetiap minggunya. Pada tahapan riset, praktikan mencari konten-konten pada laman media sosial tenat-tenant yang ada di Fresh Market Bintaro.

Selanjutnya, setelah melakukan riset, social media manager memasukan tema dan ide konten yang telah direncanakan kedalam content plan. Content plan adalah sebuah perencanaan pengembangan konten yang dibuat untuk mencapai tujuan akhir (Aliya, 2020). Adanya content plan bertujuan untuk mempermudah pada proses produksi dan implementasi



konten di media sosial. Pada pelaksanaan kegiatan KP praktikan diberikan tugas untuk membuat content plan. Content plan yang dibuat oleh praktika yaitu berupa weekly plan. Setiap minggunya terdapat dua konten yang disajikan di Instagram Fresh Market Bintaro. Selain itu praktikan membuat perencanaan caption untuk setiap konten yang akan diunggah pada Instagram Fresh Market. Dalam membuat caption, praktikan menerapkan beberapa hal yang dapat membuat caption terlihat menarik perhatian publik untuk membaca mulai dari membuat caption yang singkat, menggunakan kalimat call to action, menambahkan hashtag dan emoji, dan membuat kalimat yang efektif sehingga mudah dipahami oleh pembaca.

## **2. Produksi dan Implementasi Konten**

Setelah membuat perencanaan, tahapan berikutnya yaitu memproduksi konten dan realisasi. Tahapan produksi adalah tahapan yang dilakukan untuk memproduksi atau mendesain konten visual yang dihasilkan lebih menarik perhatian publik. Setelah tahapan produksi selesai, masuk ke tahap implementasi. Implementasi merupakan tahapan realisasi konten, tahapan ini konten diunggah ke laman media sosial beserta dengan caption.

## **3. Evaluasi**

Setelah perencanaan, produksi dan implementasi, terdapat tahapan terakhir yaitu evaluasi. Tahapan ini merupakan tahapan terpenting pada sebuah kegiatan social media management. Tujuan adanya evaluasi yaitu untuk melihat insight yang ditampilkan mulai dari impression, interaction, dan reach dari setiap kontennya. Selain itu adanya tahapan evaluasi bertujuan untuk melihat dan menilai efektivitas setiap konten agar kedepannya konten yang dihasilkan dapat dibuat lebih efektif lagi untuk para publiknya. Pada tahapan ini praktikan diberikan tanggung jawab untuk membuat laporan evaluasi berupa monthly report konten-konten yang telah diunggah di media sosial Instagram Fresh Market Bintaro.

### **3.1.3 Riset Kepuasan Pelanggan**

Dalam sebuah perusahaan, konsumen atau publik merupakan salah satu faktor penting dalam pertumbuhan bisnis. Dapat dikatakan bahwa konsumen atau publik merupakan salah satu aset perusahaan. Konsumen memiliki peran untuk memberikan input kepada perusahaan sebagai bahan evaluasi untuk

pengembangan perusahaan terkait dengan kepuasan pelanggan terkait dengan produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Dalam hal ini peran perusahaan yaitu memfasilitasi kegiatan evaluasi yang diberikan konsumen yaitu dengan melakukan riset kepuasan pelanggan.

Riset kepuasan konsumen adalah sebuah praktik yang dilakukan untuk mengidentifikasi perilaku, preferensi, dan motif dari pelanggan terkait dengan suatu produk atau layanan yang ditawarkan (Adieb, 2021). Dalam sebuah perusahaan, manfaat untuk melakukan kepuasan konsumen yaitu dapat sebagai salah satu alat untuk menumbuhkan bisnis dan mempertahankan konsumen. Dalam riset perencanaan kepuasan pelanggan terdapat beberapa faktor yang dinilai dapat mempertahankan konsumen diantaranya pelayanan, kualitas produk, harga, promosi dan strategi pemasaran yang tepat. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan yakni sistem keluhan dasar (perusahaan berorientasi pada pelanggan), ghost shopping (mempekerjakan beberapa orang yang berperan sebagai pembeli), lost customer analysis (mengontak pelanggan yang telah berhenti menggunakan produk dengan tujuan untuk mengetahui alasan pelanggan berhenti dan alasan tersebut menjadi alasan perusahaan), dan survei kepuasan konsumen.

Dalam melakukan kegiatan riset kepuasan pelanggan Fresh Market Bintaro membagi dua kategori kepuasan yaitu dari segi pelanggan dan tenant yang ada di Fresh Market Bintaro. Metode riset kepuasan yang dilakukan oleh Fresh Market Bintaro yaitu survey. Metode survey dipilih oleh Fresh Market Bintaro untuk mendapatkan feedback langsung dari pengunjung dan juga tenant. Untuk formulir survey untuk pengunjung dan tenant dibedakan dari segi penilaian. Untuk pengunjung fokus penilaian yang dinilai yaitu terkait dengan layanan konsumen, pengaturan parkir, petugas keamanan, kebersihan, toilet, saran dan tanggapan. Kemudian untuk fokus penilaian yang diberikan kepada tenant di Fresh Market Bintaro yaitu seputar dengan pelayanan pihak pengelola Fresh Market Bintaro mulai dari penilaian terkait *tenant relations*, teknis, Marketing dan promosi, penagihan, pengaturan parkir, keamanan, kebersihan, kegiatan perdagangan, dan kegiatan promosi. Dari hasil survey ini pihak pengelola mendapatkan banyaknya masukan yang menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya terkait dengan seluruh kegiatan dan pelayanan yang diberikan oleh pihak Fresh Market Bintaro..

### **3.2 Pelaksanaan Kerja**

Pada pelaksanaannya, praktikan tergabung pada Divisi Marketing and *Tenant Relations*. Divisi ini berfokus dalam kegiatan pemasaran dan melakukan manajemen acara untuk keperluan Marketing. Selama bergabung ke dalam Divisi Marketing and *Tenant Relations* Fresh Market Bintaro, praktikan memiliki pekerjaan utama yang berfokus untuk membuat perencanaan dimulai dari merancang konsep, tema & tujuan acara, menjalin kerjasama dengan pihak media dan sponsor, dan membantu dalam pelaksanaan acara. Selain itu praktikan diberikan tanggung jawab untuk membantu divisi content creator dalam mencari konten dan membuat caption yang menarik di setiap konten yang akan diupload pada Instagram Fresh Market Bintaro. Selain itu praktikan juga memiliki pekerjaan tambahan yaitu melakukan kegiatan riset kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode survey.

#### **3.2.1 Event Management**

• Pada pelaksanaan event management, praktikan ditugaskan untuk membuat master plan acara tahunan yang akan dilaksanakan di Fresh Market Bintaro. Pada master plan tersebut berisikan beberapa kegiatan acara yang akan dilakukan di Fresh Market Bintaro. Pada master plan tersebut praktikan berhasil merancang tiga acara dengan tema dan target audiens yang berbeda di setiap acara. Berikut adalah penjelasan dari ketiga rancangan acara dan realisasi dari master plan yang telah dibuat:

##### **A. Perencanaan Acara Tahunan Fresh Market Bintaro**

Pada perencanaan acara tahunan Fresh Market Bintaro terdapat tiga perencanaan acara yang telah dirancang oleh praktikan. Tiga perencanaan acara tersebut memiliki tema yaitu festival kuliner, *job fair*, dan FMB IN ACTION. Dari ketiga acara yang sudah praktikan rancang, terdapat satu acara yang telah terealisasi untuk diselenggarakan yaitu FMB IN ACTION. Untuk kegiatan festival kuliner dan *job fair*, praktikan hanya ditugaskan hanya sampai tahapan perencanaan saja.

#### **1. Tahapan Pre-Event**

##### **a. Perencanaan (Planning)**

Pada tahapan ini terdapat dua tahap yaitu perencanaan dan pengorganisasian. Dari kedua tahapan yang ada di pre-event praktikan hanya melalui tahapan perencanaan. Pada tahap perencanaan praktikan

membuat konsep acara, tema, rangkaian acara, strategi promosi, dan sponsorship. Untuk kegiatan acara festival kuliner, praktikan membuat konsep acara secara offline dengan mengangkat tema festival makanan Korea Selatan. Konsep acara yang diusung seperti street food yang ada di Korea. Konsep acara ini dibuat berdasarkan riset praktikan dan tim melalui internet. Dalam melakukan riset melalui internet, praktikan dan tim mencari beberapa referensi acara serupa. Pada acara tersebut terdapat beberapa kegiatan acara diantaranya live cooking, korean dance competition, mukbang, dan lain sebagainya. Untuk target audience yang disasar pada acara ini dari segi demografi yaitu semua kalangan perempuan dan laki-laki, kategori umur 15-60 tahun, dan berdasarkan SES acara ini ditujukan untuk kalangan menengah keatas. Selain itu dari psikografi acara ini diperuntukan bagi semua kalangan yang memiliki kegemaran dengan kebudayaan Korea Selatan, khususnya makanan khas Korea Selatan.

- Rencana kegiatan acara kedua yang praktikan membuat sebuah acara terkait dengan job fair. Acara ini dilakukan oleh Fresh Market Bintaro sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat yang sedang mencari informasi terkait dengan pekerjaan. Konsep dari acara yang akan dilakukan berupa acara offline. Perencanaan acara yang digagas oleh praktikan dan tim berupa pameran dari beberapa perusahaan yang menyediakan informasi terkait dengan perusahaan dan layanan walk interview. Selain itu terdapat kegiatan seminar sebagai salah satu kegiatan acara pembuka. Kegiatan seminar diisi dengan beberapa pembicara hebat yang akan menyajikan berbagai macam materi terkait dengan dunia kerja. Konsep kegiatan seminar dibentuk secara online agar dapat mencakup target audiens yang lebih luas. Tujuan diadakannya kegiatan seminar yaitu sebagai salah satu bekal peserta untuk mempersiapkan diri masuk kedalam dunia kerja. Untuk target audience yang disasar pada acara ini dari segi demografi yaitu semua kalangan perempuan dan laki-laki, kategori umur 22 – 40 tahun, dan berdasarkan SES acara ini ditujukan untuk semua kalangan. Selain itu dari psikografi acara ini diperuntukan bagi semua kalangan sedang membutuhkan pekerjaan dan membutuhkan informasi terkait dengan lowongan pekerjaan.

Pada kedua acara tersebut, praktikan juga membuat perencanaan strategi promosi dan sponsorship untuk mendukung kegiatan acara ini. Strategi promosi yang diterapkan praktikan dan tim yaitu dengan melakukan publikasi melalui media sosial dan melibatkan pihak eksternal seperti media-media besar di Indonesia sebagai media partner dalam membantu kegiatan publikasi acara. Selain itu untuk mendukung kegiatan pendanaan kegiatan acara, praktikan dan tim akan mengajukan kerjasama dengan berbagai pihak.

**b. Pengorganisasian (*Organization*)**

Pada perencanaan acara tahunan, praktikan tidak terlibat dalam pembuatan susunan organisasi. Hal ini dikarenakan, praktikan hanya ditugaskan untuk membuat dari segi perencanaan acaranya saja. Selain itu, berdasarkan informasi dari pihak perusahaan bahwa untuk sistem pengorganisasian yang akan dilibatkan pada *event-event* yang dilakukan oleh Fresh Market Bintaro nantinya akan dilibatkan berdasarkan divisi-divisi yang sesuai dengan bidang yang dibutuhkan pada saat pelaksanaan acara.

**B. FMB IN ACTION**



**Gambar 3. 1 Poster Acara FMB IN ACTION**  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi Praktikan

FMB IN ACTION merupakan sebuah acara baru yang diadakan oleh Pengelola Fresh Market Bintaro. FMB IN ACTION merupakan sebuah acara yang diselenggarakan oleh Fresh Market Bintaro dalam memperingati Hari Kemerdekaan Negara Indonesia yang ke- 77 tahun. Pada acara FMB IN ACTION memiliki beberapa kegiatan acara yakni Rally Photoshoot Competition, Live Music, dan pembagian voucher belanja di area Lapak Fresh Market Bintaro senilai Rp77.000 sejumlah 100 voucher.

Sebelum pelaksanaan acara FMB IN ACTION praktikan ditugaskan untuk melakukan beberapa persiapan yang harus dipersiapkan sebelum acara dilaksanakan. Berdasarkan penjelasan diatas praktikan telah melakukan tahapan-tahapan dalam perencanaan sebuah acara yang diantaranya yaitu lima tahap yang diantaranya perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organization*), pelaksanaan (*actuating*), pengawasan (*controlling*), dan evaluasi (*evaluating*). Kelima tahap tersebut diklasifikasikan menjadi tiga tahapan kegiatan yaitu pre-event, pelaksanaan event, dan post-event. Dari ketiga tahapan tersebut praktikan hanya melakukan ttahapan pre-event dan pelaksanaan event. Berikut adalah penjelasan praktikan terkait dengan tugas yang dijalankan praktikan pada tahapan pre-event dan pelaksanaan *event*.

## 1. Tahapan *Pre-Event*

### a. Perencanaan (*Planning*)

Tahapan pertama yang dilakukan oleh praktikan yaitu melakukan riset. Praktikan melakukan riset dari segala bentuk aspek yaitu dengan metode 5W + 1H dan melakukan pencarian data kualitatif di internet. Pada metode 5W + 1H praktikan dapat menjawab berbagai hal terkait dengan acara. Pada poin pertama yaitu What.

poin What, praktikan menentukan dari tujuan acara yang dibuat dan tujuan peserta mengikuti kegiatan pada acara FMB IN ACTION. Pada poin ini praktikan berhasil menetapkan tujuan diadakan acara FMB IN ACTION yaitu Untuk menginformasikan kepada masyarakat luas bahwa Fresh Market Bintaro merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang memiliki keunggulan yaitu sebagai salah satu pasar yang memiliki lingkungan pasar yang bersih dan memiliki spot-spot foto yang menarik di bagian dalam maupun luar pasar Fresh Market Bintaro. Sedangkan tujuan untuk

peserta yaitu Sebagai salah satu wadah bagi para fotografer dan penggemar fotografi dalam mengasah dan mengembangkan kemampuan fotografinya untuk menangkap sebuah gambar yang memiliki cerita atau makna yang dapat diinterpretasikan oleh masyarakat luas.

Pada poin When, praktikan menentukan kapan waktu pelaksanaan acara ini. Dalam poin ini praktikan dan tim berhasil untuk menentukan waktu yang tepat untuk melaksanakan acara FMB IN ACTION. Acara FMB IN ACTION diselenggarakan pada tanggal 17 Agustus 2022. Selanjutnya pada poin Where, praktikan menentukan dimana acara ini diselenggarakan. Dalam poin ini praktikan dan tim menentukan acara FMB IN ACTION akan dilaksanakan di area Marketplace, Fresh Market Bintaro.

Kemudian pada poin Who, praktikan menentukan Siapa audiens yang akan terlibat pada acara ini dan siapa yang akan mengikuti kegiatan Rally Photoshoot Competition. Pada poin ini praktikan dan tim berhasil untuk menentukan audiens yang akan terlibat dalam acara ini yaitu para pengunjung yang datang ke Fresh Market Bintaro. Selain praktikan dan tim juga telah menentukan audiens atau peserta yang akan terlibat pada kegiatan Rally Photoshoot Competition yaitu para fotografer atau photography enthusiast.

Pada poin Why, praktikan menentukan kenapa acara ini penting untuk dilakukan di Fresh Market Bintaro. Dalam poin ini praktikan dan tim telah menentukan alasan yang kuat kenapa acara ini penting untuk dilakukan di Fresh Market Bintaro. Alasan kuat praktikan terkait pentingnya acara FMB IN ACTION dilakukan di Fresh Market Bintaro dengan rangkaian kegiatan Rally Photoshoot Competition yaitu Fresh Market memiliki keunggulan yaitu sebagai salah satu pasar yang memiliki lingkungan pasar yang bersih dan memiliki spot-spot foto yang menarik di bagian dalam maupun luar pasar Fresh Market Bintaro hal ini penting untuk diperlihatkan kepada masyarakat luas.

Poin yang terakhir yaitu poin How, pada poin ini praktikan menentukan bagaimana strategi-strategi yang akan diterapkan dalam melakukan kegiatan promosi acara. Pada poin ini praktikan dan tim menentukan beberapa strategi promosi mulai dari kegiatan melalui laman media sosial,

melakukan kerja sama dengan media, hingga melakukan promosi secara offline.

Setelah melakukan riset, praktikan membuat perencanaan rangkaian acara yang akan dilakukan pada acara FMB IN ACTION mulai dari pre-event hingga pelaksanaan kegiatan utama dari FMB IN ACTION. Pada tahanan ini praktikan berkontribusi dalam membuat tema dan konsep acara mulai dari pre-event hingga pelaksanaan acara. Pada acara FMB IN ACTION tema yang diangkat dalam acara ini yaitu "Celebrating 77's Indonesian Day Toward Market Transformation Era 5.0". Alasan praktikan dan tim mengangkat tema acara ini yaitu dilatar belakangi dari waktu kegiatan pelaksanaan yang dilaksanakan pada tanggal 17 Agustus 2022. Maksud dari tema yang diangkat pada acara FMB IN ACTION yaitu diumur Indonesia yang baru dapat memberikan gambaran baru kepada masyarakat terkait dengan kondisi pasar yang saat ini telah bertransformasi di era 5.0. Mungkin dahulu pasar hanya dianggap sebagai pusat perbelanjaan yang memiliki kondisi lingkungan yang kurang bersih, tetapi kini pasar dapat dijadikan salah satu tempat untuk masyarakat untuk berkumpul, makan, dan sebagai tempat yang memiliki spot-spot foto yang menarik.

Selanjutnya, praktikan dan tim merancang konsep acara. Konsep acara yang diusung pada acara FMB IN ACTION yaitu diselenggarakan secara online dan offline dengan beberapa rangkaian kegiatan acara. Pada acara FMB IN ACTION terdapat tiga rangkaian acara yang diantaranya yaitu Pre-event, Rally Photoshoot Competition, Live Music, dan pembagian voucher di area Lapak Fresh Market Bintar0 senilai Rp77.000. Rangkaian acara yaitu Pre-Event. Pada konsep acara ini dilakukan secara online dengan memanfaatkan fitur Live Instagram. Konsep acara ini yaitu setiap sesi live session Instagram dihadiri oleh satu moderator dan satu narasumber dengan durasi waktu 40 menit. Durasi tersebut sudah termasuk sesi penjelasan terkait dengan tema yang dibicarakan dan sesi QnA. Judul live session yang diangkat yaitu "101 Tips and Trick Street Photography". Alasan praktikan dan tim mengangkat tema acara ini yaitu tema ini memiliki korelasi dengan rangkaian acara utama FMB IN ACTION yaitu Rally Photoshoot Competition.



Rangkaian acara selanjutnya yaitu Rally Photoshoot Competition. Konsep acara Rally Photoshoot Competition yaitu pihak penyelenggara acara menyediakan 5 lokasi set yang berbeda dengan tantangan yang berbeda. Lima lokasi yang telah ditentukan oleh pihak penyelenggara yaitu Lapak Ikan, Lapak Buah dan Sayur, Pintu Selatan 1, Pintu Barat dan Ruko Extension Fresh Market Bintaro. Pada kegiatan ini nantinya setiap peserta akan dibagi kedalam 5 kelompok. Masing-masing kelompok beranggotakan 9 peserta lomba. Aturan dalam lomba, setiap kelompok bebas menggunakan perangkat apa saja untuk mengambil gambar baik itu menggunakan smartphone ataupun kamera profesional. Setelah melakukan sesi foto setiap peserta diwajibkan untuk menyerahkan hasil karyanya melalui Gform dan memposting hasil karya ke laman Instagram masing-masing peserta. Pada kegiatan Rally Photoshoot peserta memperebutkan gelar Juara 1, Juara 2, dan Juara 3. Setiap pemenang akan mendapatkan uang tunai beserta voucher dari BX Rink.

Rangkaian acara selanjutnya yaitu live music. Rangkaian acara ini merupakan acara hiburan yang ditujukan untuk menghibur para pengunjung yang hadir pada acara FMB IN ACTION. Konsep pada acara ini yaitu pengisi live music menyanyikan berbagai macam lagu yang bernuansa kemerdekaan dan juga lagu-lagu populer saat ini. Para pengisi live music berasal dari band akustik lokal Tangerang Selatan yang sudah memiliki pengalaman mengisi live music diberbagai macam acara.

Rangkaian acara yang terakhir yaitu pembagian voucher lapak senilai Rp77.000. Pembagian voucher lapak senilai Rp77.000 merupakan salah satu bentuk daya tarik dari kegiatan FMB IN ACTION. Pembagian voucher lapak senilai Rp77.000 ini hanya ditujukan untuk para pengunjung yang datang pada tanggal 17 Agustus 2022. Voucher yang dibagikan sebanyak 100 voucher belanja. Voucher ini berlaku untuk berbelanja diseluruh lapak yang ada di Fresh Market Bintaro mulai dari lapak ikan, buah, sayur, daging, ayam, dan lain sebagainya.

Selain itu, praktikan berkontribusi dalam menyusun rangkaian kegiatan utama FMB IN ACTION mulai dari opening hingga closing acara. Praktikan menyusun kegiatan tersebut pada rundown kegiatan. Kegiatan yang disusun oleh praktikan yaitu *opening ceremony* yaitu dimulai dari

kegiatan *opening*, menyanyikan lagu Indonesia Raya, sambutan-sambutan, dan dilanjutkan dengan rangkaian utama acara FMB IN ACTION..

**b. Pengorganisasian (*Organization*)**

Setelah membuat perencanaan rangkaian kegiatan acara terkait dengan acara FMB IN ACTION praktikan melakukan pengorganisasian dengan beberapa pihak diantaranya dengan berbagai divisi. Walaupun dalam modul yang dimiliki oleh Suhendra mengatakan bahwa hanya tiga bagian atau divi yang terlibat, tetapi pada praktiknya, praktikan melakukan koordinasi dengan berbagai divisi yang ada di Fresh Market Bintaro. Hal ini bertujuan agar acara dapat berjalan dengan lancar. Praktikan melakukan koordinasi dengan divisi keuangan, divisi operasional, divisi *content creator*, dan divisi *Marketing* administrasi.

1. Bagian Keuangan

- Koordinasi yang dilakukan dengan bagian keuangan yaitu dengan memberikan tanggung jawab kepada bagian keuangan untuk memantau pemasukan dana pendaftaran kegiatan *Rally Photoshoot Competition* pada sistem yang dimiliki oleh Fresh Market Bintaro. Disetiap minggunya, bagian keuangan memiliki kewajiban untuk memberikan laporan terkait dengan dana yang masuk melalui sistem yang dimiliki oleh Fresh Market Bintaro. Selain itu, bagian keuangan memiliki tanggung jawab untuk menyetujui seluruh pengeluaran pada kegiatan FMB IN ACTION yang tercantum pada Rancangan Anggaran Biaya (RAB) yang telah dibuat oleh tim *Marketing* administrasi.

2. Bagian Operasional

Koordinasi yang dilakukan praktikan dan tim dengan bagian operasional yaitu memberikan tanggung jawab untuk segala kegiatan operasional yang dibutuhkan pada acara FMB IN ACTION. Dalam hal ini praktikan dan tim memberikan pengarahan kepada bagian operasional untuk mengurus segala perlengkapan *loading in* dan *loading out* perlengkapan yang disewa dari vendor ulai dari mempersiapkan segala peralatan seperti meja, kursi, hingga memantau pemasangan panggung. Selain itu, praktikan dan tim meminta bantuan divisi operasional untuk membantu dalam pelaksanaan acara sebagai pemandu kelompok pada kegiatan *Rally Photoshoot*

*Competition.* Selain membantu dalam mempersiapkan segala perlengkapan, bagian operasional diberikan tanggung jawab oleh praktikan dan tim untuk menyediakan tim untuk membantu pengawasan selama acara FMB IN ACTION.

### 3. Bagian Pemasaran

Pada bagian ini, praktikan memegang seluruh kendali dalam perencanaan kegiatan pemasaran acara FMB IN ACTION mulai dari kegiatan promosi acara hingga mencari sponsorship. Dalam merancang strategi promosi pada acara FMB IN ACTION praktikan menerapkan beberapa cara yang diantaranya yaitu bekerja sama dengan media untuk mendapatkan publikasi acara, melakukan promosi di media sosial, dan bekerja sama dengan beberapa sekolah menengah atas yang berada di kawasan Tangerang Selatan dan Jakarta Selatan.

Kegiatan promosi pertama yang dilakukan oleh praktikan yaitu dengan membuat perencanaan kerjasama dengan media partner. Dalam perencanaan ini praktikan membuat daftar-daftar media yang akan dilibatkan untuk mempromosikan acara FMB IN ACTION. Pada kegiatan promosi ini praktikan berhasil mendapatkan kerjasama dengan media besar Indonesia yaitu Media Grup Network dan bekerjasama dengan media lokal Bintaro yaitu Kabar Bintaro. Media Grup Network memberikan 4 media yang diantaranya Media Indonesia, Medcom.Id, Metro TV, dan MG Radio. Dalam melakukan kerjasama dengan Media Grup terdapat beberapa tahapan yang dilakukan oleh praktikan yaitu praktikan membuat kontraprestasi kerjasama dengan media partner untuk full barter value.

Selanjutnya, setelah praktikan membuat kontraprestasi praktikan melakukan approaching ke beberapa media besar Indonesia dan media lokal. Selama tahapan approaching, media yang bersedia untuk melakukan publikasi acara FMB IN ACTION yaitu hanya Media Grup Network. Selanjutnya praktikan melakukan kegiatan pitching dengan Media Grup Network untuk menjelaskan acara FMB IN ACTION dan berdiskusi terkait barter value yang diberikan kedua belah pihak. Bentuk publikasi yang diberikan oleh Media Grup Network diantaranya publikasi melalui masing-masing media sosial yang dimiliki oleh media partner, mendapatkan publikasi article release dan press release, mendapatkan spot promosi di

radio, dan mendapatkan promosi web banner. Untuk menjalankan kerja sama yang dilakukan antara pihak pertama dengan pihak kedua, praktikan bertugas untuk membuat segala bentuk konten kegiatan promosi mulai dari membuat press release before dan after event, membuat materi promosi radio, dan membuat text on image untuk ROS.

Berikutnya, strategi promosi kedua yaitu dengan melakukan kegiatan promosi di media sosial Instagram Fresh Market Bintaro. Pada tahapan ini praktikan berkolaborasi dengan divisi content creator untuk membuat konten-konten promosi event. Contoh konten yang disajikan seperti poster acara, teaser, dan daily content. Untuk meningkatkan engagement dan awareness pada konten promosi acara FMB IN ACTION praktikan dan tim melakukan pemasangan Ads Instagram. Sebelum memasang Ads Instagram, praktikan dan tim melakukan riset untuk menentukan target audience yang cocok dengan Ads yang dipasang, menentukan demografi, serta menentukan biaya yang dikeluarkan. Dari pemasangan Ads Instagram konten poster kegiatan dapat menjangkau audiens sebanyak 19.595 orang dengan ketukan iklan sebanyak 151 ketukan.

Kegiatan strategi promosi acara yang terakhir yaitu promosi ke sekolah menengah atas yang ada dikawasan Tangerang Selatan dan Jakarta Selatan. Alasan praktikan dan tim memilih dua kawasan tersebut yaitu kedua kawasan tersebut memiliki lokasi yang dekat dengan perusahaan. Selain itu, praktikan dan tim memiliki beberapa relasi sekolah yang berada dikawasan tersebut. Kegiatan promosi ini dapat dikatakan efektif dimana terlihat dari output peserta yang mengikuti kegiatan Rally Photoshoot Competition mayoritas dari kalangan pelajar yang ada di Tangerang Selatan dan Jakarta Selatan.

Setelah melakukan perencanaan strategi promosi praktikan melakukan perancangan strategi kerjasama sponsorship. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan value perusahaan dengan pihak eksternal perusahaan. Selain itu dengan melakukan kerjasama dengan pihak sponsorship dapat meminimalisir pengeluaran acara. Pada tahapan ini, praktikan membuat daftar-daftar perusahaan yang memiliki prioritas untuk mendukung kegiatan FMB IN ACTION. Selain itu, praktikan ditugaskan untuk membuat dua paket kontraprestasi yang ditujukan untuk mengajukan kepada pihak-

pihak sponsor. Setelah membuat kontraprestasi praktikan melakukan approaching kepada perusahaan-perusahaan yang memiliki peluang untuk menjalin kerjasama dengan acara ini. Perusahaan-perusahaan yang praktikan lakukan approaching yaitu Jaya Beton, Jaya Ancol, Emina, Wardah, Kahf, BX Rink, Campina, Milo, Pocari, dan beberapa perusahaan lainnya. Dikarenakan minim Men Power dan durasi waktu persiapan acara yang dikit praktikan hanya mendapatkan sponsor dari BX Rink. Bentuk sponsorship yang diberikan oleh BX Rink yaitu berupa 45 Voucher potongan harga senilai Rp30.000, *Voucher* diskon Ice Skating sebesar 50% sebanyak 3 voucher, dan 6 *voucher free ice skating* di BX Rink.

#### 4. Bagian *Content Creator*

Koordinasi yang dilakukan dengan bagian *content creator* yaitu membantu dalam mengurus seluruh desain yang dibutuhkan pada kegiatan FMB IN ACTION, membantu desain konten promosi dan *daily content* untuk di Instagram Fresh Market, membantu mendokumentasikan seluruh kegiatan pada acara FMB IN ACTION, dan membantu desain konten *after event*.

#### 5. Bagian *Marketing* Administrasi

Koordinasi yang dilakukan dengan divisi *Marketing* administrasi yaitu membuat pendataan administrasi penerimaan hadiah pemenang lomba *Rally Photoshoot Competition*, membuat kwitansi sebagai tanda bukti pembayaran keikutsertaan *Rally Photoshoot Competition*, mengurus segala SPK kerja sama dengan *media partner* dan *sponsorship*, mengurus segala surat menyurat untuk kegiatan acara, promosi, *media partner*, hingga *sponsorship*. Selain itu divisi itu juga diberikan tanggung jawab dalam membuat Rancangan Anggaran Biaya (RAB).

## 2. Tahapan Pelaksanaan Event

### a. Pelaksanaan (*Actuating*)



**Gambar 3. 2 Kegiatan Pre-Event FMB IN ACTION**  
Sumber: Instagram Fresh Market Bintaro

Pelaksanaan seluruh kegiatan FMB IN ACTION berjalan dengan baik dan sesuai dengan perencanaan yang telah disusun oleh praktikan dan tim. Seluruh kegiatan acara berjalan dengan tepat sesuai dengan *rundown* yang telah disusun oleh praktikan. Sebelum masuk pada kegiatan utama acara FMB IN ACTION, terdapat rangkaian acara pembuka sebelum acara utama FMB IN ACTION diselenggarakan pada tanggal 17 Agustus 2022. Acara pembuka FMB IN ACTION dikemas dalam bentuk *live session*. *Live Session* ini diadakan melalui platform Instagram dengan memanfaatkan fitur *Live*. Judul yang diangkat pada kegiatan *live session* Instagram yaitu “101 Tips and Trick Photography”. Kegiatan *pre-event* ini diadakan pada tanggal 11 Agustus 2022. Pembicara pada kegiatan tersebut yaitu Christian Vicky. Beliau merupakan *freelancer* photography. Pada kegiatan *pre-event*, antusias masyarakat cukup tinggi dalam memeriahkan acara. Hal ini ditunjukkan dari jumlah penonton pada kegiatan *live session* yang berjumlah 51 penonton.



**Gambar 3. 3 Kegiatan Foto Bersama dengan Seluruh Peserta Rally Photoshoot Competition**  
Sumber: Dokumen Pribadi Praktikan

Masuk kepada rangkaian acara utama FMB IN ACTION yang diselenggarakan pada tanggal 17 Agustus 2022. Acara ini berlangsung dengan lancar dimulai dari pembukaan acara hingga selesai. Dimulai dari kegiatan *opening* terdapat rangkaian menyanyikan lagu Indonesia Raya dan dilanjutkan oleh sambutan-sambutan. Rangkaian acara sambutan dilakukan oleh Manajer Fresh Market Bintaro yaitu Bapak Mohamad Ali dan dilanjutkan dari SPV *Marketing* sekaligus ketua pelaksana dari acara FMB IN ACTION yaitu Ibu Annisa Rahma. Setelah rangkaian acara sambutan selesai, masuk ke rangkaian utama acara FMB IN ACTION yaitu *Rally Photoshoot Competition*.

Untuk kegiatan *Rally Photoshoot Competition* berjalan dengan baik dan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat oleh praktikan dan tim. Kegiatan *Rally Photoshoot Competition* diikuti oleh 43 peserta. Dari 43 peserta yang mengikuti kegiatan *Rally Photoshoot Competition* terdapat 3 pemenang pada lomba tersebut. Untuk para pemenang mendapatkan uang tunai serta voucher bermain *ice skating* di BX Rink.

Selama kegiatan *Rally Photoshoot Competition* berlangsung, terdapat beberapa rangkaian acara lainnya yang diantaranya *live music* dan pembagian *voucher* belanja di area lapak Fresh Market Bintaro senilai Rp77.000. Jumlah *voucher* yang dibagikan berjumlah 100 *voucher*. Pada kegiatan ini praktikan ditugaskan menjadi PIC *Voucher*. Tugas praktikan pada rangkaian acara tersebut yaitu memandu pembagian *voucher* serta

melakukan pendataan *voucher*. Pada rangkaian acara ini, antusias pengunjung cukup tinggi untuk mendapatkan *voucher* belanja senilai Rp77.000. Hal ini dibuktikan dari jumlah *voucher* yang disediakan oleh panitia habis dibagikan kepada seluruh pengunjung yang datang.

**b. Pengawasan (Controlling)**

Selanjutnya masuk ke tahap pengawasan, dalam hal ini praktikan melakukan pengawasan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam acara. Praktikan diberikan tanggung jawab sebagai PIC *Live Music* dan PIC MC. Sebagai PIC *Live Music* dan PIC MC praktikan ditugaskan untuk memastikan kedua pihak tersebut hadir pada saat pelaksanaan acara. Selain memastikan kedua pihak tersebut hadir, praktikan juga berperan untuk melakukan *briefing* untuk menjelaskan rangkaian acara yang akan berjalan pada hari pelaksanaan. Tujuannya agar kedua pihak dapat menjalankan tugasnya dengan lancar.

**3. Tahap Post Event**

Pada tahapan event management yang terakhir yaitu post event. Pada tahapan ini pihak penyelenggara melakukan evaluasi terkait dengan pelaksanaan acara. Pada realitasnya, Fresh Market Bintaro tidak melakukan evaluasi secara terstruktur untuk membicarakan terkait dengan kendala atau kekurangan yang dihadapi pada saat pelaksanaan acara. Dalam hal ini praktikan berinisiatif untuk memberikan informasi kepada SPV Divisi *Marketing and Tenant Relations* sebagai mentor praktikan terkait dengan kendala ataupun kekurangan yang dihadapi praktikan pada saat dilapangan.

Pada tahapan ini, praktikan memberikan kontribusi untuk memberikan masukan terkait dengan kendala-kendala yang dialami pada saat pelaksanaan acara. Beberapa kendala atau kekurangan yang dialami oleh praktikan diantaranya kurangnya dokumentasi yang memiliki kualitas yang baik untuk dijadikan sebagai visual untuk press release after event, kurangnya SDM yang dilibatkan untuk melakukan dokumentasi, minimnya SDM yang dilibatkan dilapangan pada saat pelaksanaan acara, dan lain sebagainya.

Kegiatan FMB IN ACTION mendapatkan publikasi dari media-media besar Indonesia atas hasil kerjasama yang dijalin. Publikasi yang dilakukan mulai

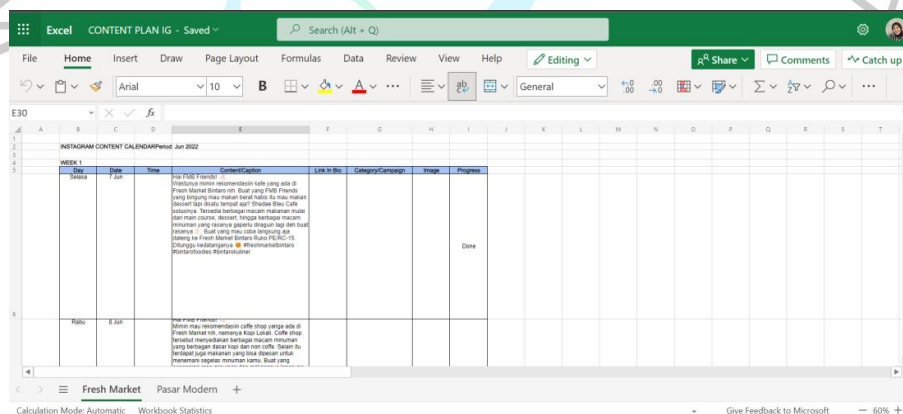


dari publikasi dari laman media sosial hingga portal media massanya. Terdapat 5 artikel release dan *press release* yang diunggah pada portal media massa besar Indonesia yaitu Medcom.Id dan Media Indonesia. Adanya publikasi tersebut menjadi salah satu indikator keberhasilan acara dan sebagai salah satu keberhasilan perusahaan mendapatkan publikasi dari media massa besar di Indonesia.

### 3.2.2 Social Media Management

Selain ditugaskan dalam perencanaan dan pengelolaan acara, praktikan diberikan tugas untuk membantu mengelola media sosial yang dimiliki oleh Fresh Market Bintaro. Media sosial yang dimiliki oleh Fresh Market Bintaro hanya Instagram saja. Konten yang disajikan pada Instagram Fresh Market merupakan konten-konten promosi *tenant-tenant* yang ada di Fresh Market Bintaro. Tugas praktikan sebagai *social media manager* yaitu membantu divisi *content creator* untuk mencari visual konten dan membuat *caption* yang menarik. Pada kegiatan *social media management* terdapat dua tahapan yang dikerjakan oleh praktikan yaitu membuat perencanaan konten dan evaluasi. Praktikan tidak melakukan tahapan produksi dan implementasi dikarenakan tahapan tersebut merupakan tugas utama yang dilakukan oleh divisi *content creator*.

## 1. Perencanaan Konten (Content Planning)



Gambar 3. 4 Content Plan Instagram Fresh Market Bintaro

Sumber: Dokumen Pribadi Praktikan

Sebelum membuat konten, praktikan ditugaskan untuk membuat perencanaan konten. Pada tahapan *content planning*, praktikan melakukan tahapan *research* yang gunanya untuk mencari tema konten yang akan

diangkat disetiap minggunya dan fokus konten yang disajikan setiap minggunya. Riset yang dilakukan praktikan yaitu dengan mencari konten-konten yang akan digunakan sebagai bahan untuk membuat konten. Praktikan melakukan riset konten bersama dengan tim *content creator*. Setelah melakukan riset, praktikan membuat perencanaan konten atau yang bisa disebut *content plan*. *Content plan* berisikan perencanaan dan penjelasan konten yang akan disajikan setiap minggunya. Pada tahapan perencanaan konten, praktikan hanya diberikan tanggung jawab untuk membuat *content plan* dari periode Juni hingga Juli 2022. Setiap minggunya terdapat dua konten yang disiapkan praktikan untuk diunggah di Instagram Fresh Market Bintaro. Untuk jadwal tayang konten di Instagram setiap Senin dan Rabu pukul 15.00 WIB.

Setelah riset visualisasi selesai, praktikan langsung memberikan bahan visual kepada tim *content creator* untuk diproduksi menjadi konten yang siap diunggah ke media sosial Instagram. Seiring dengan tim *content creator* memproduksi konten, praktikan ditugaskan untuk membuat perencanaan *caption* disetiap konten yang akan disajikan pada laman media sosial Instagram Fresh Market Bintaro. Dalam pembuatan *caption* praktikan melakukan riset terkait dengan teknik *copy writing* yang baik dan menarik. Untuk membuat sebuah *caption* yang menarik, praktikan mencari berbagai macam referensi *caption-caption* yang menarik sebagai bahan referensi. Selain membuat *caption* yang menarik, praktikan juga menyertakan beberapa *hashtag* yang relevan dengan konten yang disajikan. Tujuan menyertakan *hashtag* yaitu untuk meningkatkan impresi dan juga jangkauan dari konten yang telah diunggah.

## 2. **Evaluasi**

Setelah konten-konten diunggah pada laman Instagram, praktikan ditugaskan untuk membuat *monthly report* terkait dengan perkembangan konten yang telah diunggah selama satu bulan. *Monthly report* yang dibuat oleh praktikan bertujuan untuk menjadi bahan evaluasi sebagai *social media manager* dalam mengelola media sosial yang dimiliki oleh perusahaan. Indikator yang menjadi bahan evaluasi setiap kontennya yaitu dilihat dari perolehan insight disetiap kontennya mulai dari impresi, jangkauan, *likes*, komen, dan juga *shared content*. Pada tahapan evaluasi,

praktikan hanya membuat *monthly report* periode Juni – Juli 2022. Dari report tersebut setiap kontennya mengalami peningkatan dan ada juga yang mengalami penurunan dari mulai impressi, jangkauan, *likes*, komen, dan juga *shared content*.

### **3.2.3 Riset Kepuasan Pelanggan**

Dalam pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi di Fresh Matket Bintaro, praktikan melakukan riset kepuasan pelanggan. Hal ini bertujuan sebagai bahan penilaian perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan di Fresh Market Bintaro. Setiap tahunnya, Fresh Market Bintaro melakukan dua kali riset kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan oleh Fresh Market Bintaro dalam melakukan riset kepuasan pelanggan yaitu menggunakan metode survey. Metode survey dipilih oleh Fresh Market Bintaro untuk mendapatkan feedback langsung dari pengunjung dan juga tenant.

Riset kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Fresh Market Bintaro terdapat dua kategori yaitu untuk pengunjung dan untuk tenant yang ada di Fresh Market Bintaro. Dalam melakukan riset kepuasan pelanggan, praktikan hanya berfokus untuk melakukan kegiatan riset kepuasan pelanggan untuk kategori pengunjung, Pada riset kepuasan pengunjung yang dilakukan praktikan dan tim ditargetkan untuk mendapatkan 300 responden. Target 300 responden tidak sepenuhnya dilakukan oleh praktikan, 300 responden tersebut dibagi menjadi tiga sehingga praktikan hanya ditugaskan untuk mencari 100 responden dalam kurun waktu dua minggu. Tetapi, dikarenakan adanya kendala dalam percetakan souvenir sebagai cenderamata untuk pengunjung yang telah bersedia untuk meluangkan waktu mengisi survey kepuasan pelanggan, maka praktikan melakukan pencarian 100 responden selama satu bulan.

Kegiatan survey kepuasan pengunjung dilakukan praktikan pada pagi hari hingga mendekat waktu makan siang. Setelah selesai, praktikan melakukan penginputan data hasil survey kedalam excel yang telah dibuat sebelumnya. Data-data yang diinput kedalam excel diantaranya layanan konsumen, pengaturan parkir, petugas keamanan, kebersihan, toilet. Selain menginput surbey kepuasan pengunjung, praktikan ditugaskan untuk menginput data survey kepuasan tenant kedalam excel. Data yang diinput kedalam exel yaitu terkait dengan pelayanan pihak pengelola Fresh Market Bintaro mulai dari penilaian *tenant relations*, teknisi,

Marketing dan promosi, penagihan, pengaturan parkir, keamanan, kebersihan, kegiatan perdagangan, dan kegiatan promosi.

Dari hasil survey kepuasan pengunjung dan tenant terdapat beberapa masukan yang diberikan oleh pengunjung dan pemilik tenant. Salah satu saran yang banyak diberikan oleh pengunjung dan pemilik tenant yaitu untuk mengadakan sebuah acara yang dilakukan di Fresh Market Bintaro. Saran tersebut berhasil terealisasi melalui acara FMB IN ACTION.

### **3.3 Kendala Yang Dihadapi**

Pada saat menjalani kegiatan Kerja Profesi di Fresh Market Bintaro pastinya praktikan mengalami kendala yang dihadapi oleh praktikan. Bentuk hadapan yang terjadi dapat datang dari internal maupun eksternal. Berikut adalah kendala yang praktikan alami selama menjalani kegiatan KP di Fresh Market Bintaro pada Divisi *Marketing and Tenant Relations* sebagai Marketing Staff Intern:

#### **3.3.1 Event Management**

##### **Pre-Event**

1. Kurangnya Sumber Daya Manusia Pada Divisi *Marketing and Tenant Relations*. Hal ini mempengaruhi praktikan dalam berdiskusi dan berkoordinasi untuk membicarakan terkait dengan acara yang akan dijalankan.
2. Pihak Fresh Market Bintaro belum pernah membuat sebuah acara yang melibatkan pihak eksternal seperti melibatkan *media partner* dan *sponsorship*. Hal ini pun mempengaruhi praktikan dalam membuat dokumen-dokumen yang diperlukan dalam penyusunan acara.
3. Pihak Fresh Market Bintaro belum pernah membuat Surat Perjanjian Kerjasama dengan pihak *media partner* dan *sponsorship*. Hal ini menghambat pekerjaan praktikan dalam menjalin kerjasama dengan pihak *media partner* dan *sponsorship*. Sulitnya mendapatkan *media partner* dan *sponsorship* yang mau terlibat dalam acara FMB IN ACTION yang diselenggarakan oleh Fresh Market Bintaro. Hal ini mempengaruhi target kerjasama *media partner* dan *sponsorship* yang telah direncanakan sebelumnya.
4. Sulitnya mendapatkan peserta dalam kegiatan *Rally Photoshoot Competition*. Hal ini mempengaruhi dari target peserta yang telah direncanakan sebelumnya.

### **Pelaksanaan Event**

1. Jaringan internet dan kualitas device yang kurang mumpuni memberikan dampak pada kegiatan *pre-event* FMB IN ACTION. Hal ini mempengaruhi kegiatan *pre-event* yaitu *live session* Instagram yang berjudul “101 Tips and Trick Street Photography” yang terputus hingga tiga kali.
2. Adanya kasus penipuan yang menimpa panitia penyelenggara pada acara FMB IN ACTION. Kasus ini hampir menyebabkan praktikan dan tim mengalami kerugian pada acara.
3. Kurangnya dokumentasi pada acara FMB IN ACTION dikarenakan kurangnya SDM yang melakukan kegiatan dokumentasi. Hal ini mempengaruhi tim *content creator* dalam pembuatan konten *after event* dan mempengaruhi bagian promosi dalam mencantumkan kegiatan acara pada *press release after event*.

### **Post Event**

1. Fresh Market Bintaro tidak melakukan evaluasi secara terstruktur untuk membahas terkait acara FMB IN ACTION yang telah berhasil terselenggara. Hal ini dapat mempengaruhi acara-acara yang akan diadakan di Fresh Market Bintaro.

### **3.3.2 Social Media Specialist**

#### **Perencanaan Konten (Content Planning)**

1. Respon pemilik tenant yang cukup lama dalam perizinan penggunaan konten di Instagram. Hal ini menghambat praktikan untuk mengunggah konten yang telah direncanakan praktikan dan tim *content creator*.
2. Kualitas visual yang disediakan di Instagram pemilik tenant terkadang memiliki kualitas visual yang kurang bagus. Hal ini menghambat dari praktikan untuk melakukan publikasi di Instagram.
3. Konten yang sudah direncanakan pada *content plan* terkadang mengalami perubahan akibat adanya kesalahpahaman dengan tim *content creator*. Hal ini menyebabkan kontent yang ada di *content plan* tidak berjalan sesuai dengan rencana.

## Evaluasi

1. Fresh Market Bintaro belum pernah membuat evaluasi terkait konten yang telah di unggah di Instagram

### 3.3.3 Riset Kepuasan Pelanggan

1. Jumlah pengunjung yang sedikit menyebabkan sulit untuk melakukan *survey* kepuasan pengunjung. Hal ini mempengaruhi target yang didapatkan praktikan setiap harinya tida tercapai
2. Banyak pengunjung yang kurang tertarik untuk mengisi *survey* kepuasan pengunjung. Hal ini mempengaruhi target yang didapatkan praktikan setiap harinya tida tercapai.

### 3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dalam menjalani kegiatan Kerja Profesi di Fresh Market pastinya menghadapi kesulitan-kesulitan yang dihadapi dalam menjalankan beberapa kegiatan. Dari kendala-kendala tersebut, praktik dituntut untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut. Berikut adalah cara mengatasi kendala yang dialami praktikan selama menjalani kegiatan Kerja Profesi di Fresh Market Bintaro pada Divisi *Marketing and Tenant Relations*:

#### 3.4.1 *Event Management*

##### *Pre-Event*

1. **Kurangnya Sumber Daya Manusia Pada Divisi *Marketing and Tenant Relations***

Cara mengatasi kendala ini yaitu praktikan mencari beberapa referensi ide terkait dengan perencanaan acara melalui internet dan mengumpulkan hasil temuan untuk diskusikan langsung dengan *Supervisor Marketing and Tenant Relations*

2. **Pihak Fresh Market Bintaro belum pernah membuat sebuah acara yang melibatkan pihak eksternal seperti melibatkan *media partner* dan *sponsorship***

Cara praktikan mengatasi kendala ini yaitu dengan mengandalkan kemampuan dan pengalaman yang dimiliki praktikan sebelumnya yang sempat terlibat dalam beberapa acara yang melibatkan pihak eksternal seperti *media partner* dan *sponsorship*.

3. **Pihak Fresh Market Bintaro belum pernah membuat Surat Perjanjian Kerjasama dengan pihak *media partner* dan *sponsorship***

Pada kendala ini, praktikan mengatasi kendala ini dengan mengandalkan kemampuan dan pengalaman praktikan yang sebelumnya pernah membuat Surat Perjanjian Kerjasama untuk *media partner* dan *sponsorship*. Dalam hal ini, praktikan turut terlibat dalam membuat *draft* Surat Perjanjian Kerjasama yang nantinya akan diajukan ke pihak legal JRP untuk disahkan.

4. **Sulitnya mendapatkan *media partner* dan *sponsorship* yang mau terlibat dalam acara FMB IN ACTION yang diselenggarakan oleh Fresh Market Bintaro.**

Untuk mengatasi kendala tersebut, praktikan melakukan *follow up* secara terus menerus kepada pihak-pihak *media partner* dan *sponsorship* untuk memperoleh jawabannya. Selain itu, beberapa *media partner* dan *sponsorship* menolak pengajuan kerjasama yang diajukan oleh praktikan.

Solusi untuk mengatasi kendala ini praktikan mengontak *media partner* dan *sponsorship* yang baru sebagai penggantinya.

5. **Sulitnya mendapatkan peserta dalam kegiatan *Rally Photoshoot Competition***

Cara mengatasi kendala ini, praktikan menerapkan beberapa strategi promosi baik promosi secara digital maupun konvensional. Untuk promosi secara digital, praktikan melakukan promosi dengan menggandeng *media partner*. Selain itu praktikan juga melakukan *paid promote* ke beberapa akun Instagram yang menginformasikan seputar dengan lomba. Kemudian, praktikan juga melakukan promosi melalui pemasangan Instagram Ads. Untuk promosi secara konvensional, praktikan melakukan promosi ke beberapa sekolah, universitas, dan beberapa komunitas fotografi.

**Pelaksanaan Acara**

1. **Jaringan internet dan device yang berada di Kantor Pengelola kurang mumpuni memberikan dampak pada kegiatan *pre-event* FMB IN ACTION**

Cara mengatasi kendala ini, praktikan dan tim mengganti device yang digunakan untuk *live session* yang kualitasnya lebih baik serta mengganti

jaringan internet yang lebih kuat agar tidak kegiatan *live session* dapat terus berjalan tanpa adanya hambatan lagi.

**2. Adanya kasus penipuan yang menimpa panitia penyelenggara pada acara FMB IN ACTION**

Cara mengatasi kendala ini praktikan dan tim melakukan pengecekan melalui sebuah aplikasi yang dimiliki perusahaan untuk mengecek uang yang masuk. Aplikasi tersebut menunjukkan bahwa tidak ada uang yang masuk senilai Rp770.000 dihari oknum mengirimkan bukti transfer. Hingga pada akhirnya cara terakhir praktikan dan tim memastikan bahwa oknum adalah penipu yaitu dengan melakukan *tracking* nomer telepon yang digunakan oleh oknum di aplikasi *tracking*. Hasil dari *tracking* tersebut menunjukkan bahwa benar oknum tersebut adalah oknum penipu yang kerap kali melakukan kegiatan penipuan kepada orang-orang dengan kasus yang sama yang dialami oleh praktikan dan tim.

**3. Kurangnya dokumentasi pada acara FMB IN ACTION dikarenakan minimnya SDM yang melakukan kegiatan dokumentasi**

Untuk mengatasi kendala ini, praktikan dan tim *content creator* mencari beberapa konten yang sekiranya memiliki kualitas baik untuk dijadikan sebagai konten *after event* serta untuk bahan publikasi ke media.

**Post Event**

**1. Fresh Market Bintaro tidak melakukan evaluasi secara terstruktur untuk membahas terkait acara FMB IN ACTION yang telah berhasil terselenggara**

Untuk mengatasi permasalahan ini praktikan berinisiatif dengan memberikan masukan kepada SPV *Marketing and Tenant Relations* selaku mentor praktikan terkait dengan kendala dan kekurangan yang terjadi dilapangan pada saat pelaksanaan kegiatan FMB IN ACTION. Tujuan praktikan memberikan masukan yaitu untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi perusahaan agar kendala dan kekurangan yang terdapat diacara FMB IN ACTION tidak terulang diacara-acara selanjutnya.

**3.4.2 Social Media Specialist**

**Perencanaan Konten (*Content Planning*)**



1. **Respon pemilik tenant yang cukup lama dalam perizinan penggunaan konten di Instagram terkadang menghambat konten untuk diunggah di Instagram**

Cara praktikan mengatasi kendala ini, pratikan mencari beberapa konten pengganti untuk diunggah pada laman Instagram Fresh Market Bintaro.

2. **Kualitas visual yang disediakan di Instagram pemilik tenant terkadang memiliki kualitas visual yang kurang bagus.**

Cara praktikan mengatasi kendala ini dengan meminta pemilik tenant untuk memotret secara langsung dengan kualitas yang lebih baik atau praktikan dan tim *content creator* melakukan pengambilan gambar secara langsung.

3. **Konten yang sudah direncanakan pada *content plan* terkadang mengalami perubahan akibat adanya kesalahpahaman dengan tim *content creator***

- Untuk mengatasi permasalahan ini biasanya praktikan melakukan konfirmasi setiap minggunya kepada tim *content creator* terkait dengan permintaan *tenant* untuk mempromosikan produknya. Selain itu solusi lainnya, konten yang telah dibuat praktikan, dialihkan untuk diunggah di minggu selanjutnya.

#### **Evaluasi**

1. **Fresh Market Bintaro belum pernah membuat evaluasi terkait konten yang telah di unggah di Instagram**

Untuk mengatasi permasalahan ini praktikan mengandalkan pengalaman dan pengetahuan praktikan dalam melakukan evaluasi konten Instagram yaitu dengan cara melihat Instagram Analytics yang tujuannya untuk melihat performa dari konten yang telah diunggah dilaman Instagram Fresh Market Bintaro

#### **3.4.3 Riset Kepuasan Pelanggan**

1. **Jumlah pengunjung yang sedikit menyebabkan sulit untuk melakukan *survey* kepuasan pengunjung.**

Cara praktikan mengatasi kendala ini dengan melakukan *survey* kepada pada *driver* ojek online yang berada disekitar Fresh Market Bintaro. Alasan praktikan memilih untuk melakukan *survey* kepada *driver* ojek online

karena mereka merupakan bagian dari pengunjung yang kerap kali datang ke Fresh Market Bintaro untuk mengambil pesanan dari pelanggan

**2. Banyak pengunjung yang kurang tertarik untuk mengisi *survey* kepuasan pengunjung.**

Cara praktikan dalam mengatasi kendala ini yaitu dengan melakukan beberapa negosiasi kepada pengunjung dan memberikan beberapa hadiah menarik kepada setiap pengunjung. Cara yang dilakukan praktikan dirasa efektif dikarenakan praktikan memperoleh banyak pengunjung yang mau mengisi *survey* kepuasan pelanggan.

