

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Bidang Kerja

Dalam melaksanakan tugas sebagai *marketing communication intern* terdapat beberapa fungsi komunikasi pemasaran yang perlu praktikan terapkan semasa menjalankan kerja profesi. Berikut fungsi komunikasi pemasaran menurut Suryana (2021) yang perlu praktikan terapkan, yaitu fungsi penawaran, fungsi informatif, fungsi relasional, dan fungsi menjaga hubungan baik. Dalam menjalankan fungsi penawaran, praktikan perlu memikirkan cara efektif bagaimana barang dan atau jasa dari perusahaan secara strategis dapat diterima (dibeli) oleh konsumen. Sebagai *marketing communication intern*, praktikan perlu menggunakan *tools of promotion* yang mampu membawa produk atau jasa perusahaan menembus pasar (*market*) secara kompetitif. Melalui strategi komunikasi pemasaran yang efisien dan efektif maka produk atau layanan jasa yang ditawarkan akan menjadi pilihan utama (prioritas) konsumen.

Kedua adalah praktikan perlu menjalankan fungsi informatif dengan menjadi juru bicara atau perantara yang mengkomunikasikan strategi pesan dengan tujuan promosi secara konsisten kepada khalayak, target khalayak di sini meliputi *stakeholder* internal (karena anak cabang PT Merah Putih Media yang banyak) dan eksternal atau konsumen. Perusahaan harus menjaga transmisi pesan dengan baik, dalam kerja profesi ini praktikan menggunakan platform Instagram perusahaan untuk mengirim informasi dan menjalankan *online event* dalam bentuk *promotional*.

Ketiga menjalankan fungsi relasional, praktikan perlu mengembangkan hubungan relasi dengan para *stakeholder*. Misalnya dalam memperbanyak jaringan *media partner* atau menggunakan vendor tertentu ketika akan menjalankan *event online*.

Terakhir adalah praktikan juga perlu menerapkan fungsi menjaga

hubungan yang baik. Sebagai perusahaan media, praktikan bisa menggunakan relasi untuk melakukan kegiatan promosi misalnya dengan melakukan kerjasama kolaborasi dengan competitor untuk memperluas jaringan target audiens.

PT Merah Putih Media selaku perusahaan tempat kerja profesi dari praktikan memiliki 5 cabang portal berita, yaitu (1) Merah Putih media sebagai media utama yang membahas mengenai mengenai berita nasional dan internasional, hiburan, gaya hidup, tradisi, kuliner, dan travel dari seluruh Indonesia. (2) Selanjutnya ada Kabaroto, yaitu media atau portal berita yang membahas mengenai berita otomotif terkini dari roda 2 sampai roda 6. Kehadiran Kabaroto sendiri bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat umum mengenai cara merawat mobil menggunakan mobil dan tips-tips memilih mobil baru maupun bekas. (3) Kamibijak yaitu media atau portal berita pertama di Indonesia yang membantu kaum disabilitas untuk dapat mengikuti perkembangan berita yang ada di Indonesia terlepas dari kekurangan yang mereka miliki. (4) side.id yaitu portal berita mengenai Kawasan sekitar BSD, Gading Serpong, Alam Sutera dan sekitarnya yang membahas tempat nongkrong, gaya hidup yang sedang trend saat ini serta tempat rekreasi baru yang sedang booming di daerah tersebut. (5) Terakhir adalah portal berita Bolaskor.com yaitu media atau portal berita mengenai olahraga khususnya sepakbola dari dalam negeri maupun mancanegara. Bolaskor.com memberikan berbagai berita terhangat seputar olahraga kepada para penikmat olahraga di tanah air.

Dalam menjalankan kerja profesi ini, praktikan menjadi *marketing communication intern* yang ditempatkan pada divisi *marketing communication (marcomm)*. Divisi *marcomm* sendiri berperan sebagai penghubung dan juru komunikasi bagi seluruh *stakeholder* internal dan eksternal PT Merah Putih Media. Bukan hanya berperan sebagai perantara tetapi *marketing communication* juga berkewajiban untuk menciptakan saluran komunikasi dan melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan *brand awareness* dan hasil akhir pembelian konsumen.

Untuk bisa mencapai tujuan peningkatan *brand awareness* dan target pembelian maka digunakan *promotional tools* berupa penggunaan *owned media* perusahaan, yakni Instagram untuk publikasi informasi dan penggunaan *special*

event sebagai bentuk inovasi dengan tujuan *marketing* yang dijalankan oleh praktikan selama kerja profesi berlangsung. Dalam divisi *marketing communication* PT Merah Putih Media, terdapat beberapa bidang kerja yang dilakukan oleh praktikan sebagai seorang *marketing communication intern* yaitu:

3.1.1 Acara Spesial Perusahaan

Berdasarkan Sulaksana dalam (Riadi, 2019) *event* adalah peristiwa yang diselenggarakan untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada audines sasaran. Dapat dijalankan sebuah *event* memiliki syarat, yakni terdapat kelompok penyelenggara dan pengunjung atau peserta yang menghadiri *event*. Lalu, menurut Noor dalam (Syarifa, 2016) mendefinisikan *event* sebagai kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang berkaitan dengan adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Sehingga sebuah *event* dapat disimpulkan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh sebuah kelompok atau organisasi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar memperoleh informasi dan pengalaman penting, serta tujuan-tujuan lain yang diharapkan oleh pihak penyelenggara (Syarifa, 2016).

Yanuarti (2018) menjelaskan bahwa *event* terbagi atas empat jenis, yakni *personal event* atau suatu kegiatan yang hanya melibatkan orang-orang terdekat seperti anggota keluarga, saudara, dan teman. Contoh dari *personal event* adalah pesta pernikahan. Kedua adalah *cultural event* yang berkaitan dengan sosial dan adat budaya di lingkungan masyarakat. Ketiga adalah *leisure event* yang merupakan kegiatan berhubungan dengan olahraga atau ada unsur pertandingan yang mampu mendatangkan banyak penonton. Terakhir adalah *organizational event* merupakan jenis *event* yang dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Event yang diselenggarakan juga memiliki tujuannya sendiri, seperti untuk merayakan suatu hal atau hari penting tertentu (*celebration*), *event*

dengan tujuan untuk memberikan edukasi atau informasi penting (*education*), *event* dengan tujuan untuk bertemu kembali dengan anggota kelompok lama (*reunion*), serta terakhir event dengan tujuan kepentingan promosi perusahaan (*marketing*). Dalam kerja profesi ini, praktikan berkewajiban melaksanakan *online event* yang termasuk jenis *organizational event* karena dilaksanakan untuk memenuhi tujuan perusahaan, yakni meningkatkan *brand awareness* dan penjualan. Lalu, *online event* ini juga termasuk event marketing.

Pelaksanaan sebuah event kini tidak hanya menjadi hiburan. Saat ini event seringkali digunakan sebagai sarana promosi perusahaan atau brand. Karena event dinilai sebagai sarana efektif yang mampu mendatangkan khalayak dalam jumlah yang banyak. Dorothy Doty dalam (Syarifa, 2016) menyebutkan *special event* adalah alat publikasi yang efektif untuk menjaga nama perusahaan, produk atau layanan publik. *Special event* digunakan untuk tujuan khusus seperti meningkatkan *traffic (engagement)*, untuk meningkatkan penjualan produk dan untuk meningkatkan citra perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa event mampu dimanfaatkan untuk tujuan khusus, yaitu kegiatan promosi atau menyebarkan pesan dalam bentuk pengetahuan akan produk atau layanan jasa perusahaan kepada khalayak atau konsumen. Selain itu, *event* juga bisa dilakukan untuk meningkatkan citra baik perusahaan. Kemampuan sebuah *event* dalam mempromosikan sebuah produk akhirnya akan berdampak terhadap pemasaran dan pengetahuan khalayak akan produk itu sendiri. Pihak yang terdampak pada pesan *positioning* positif yang terdapat pada pelaksanaan event adalah khalayak sebagai target konsumen sehingga timbul keyakinan akan produk atau jasa yang dipromosikan. Sehingga harapan perusahaan akan muncul respon atau aksi pembelian yang akan berakibat pada meningkatnya penjualan.

Definisi *event marketing* sendiri adalah kegiatan yang dirancing sebagai bentuk strategi pemasaran dengan cara menggelar acara untuk memasarkan produk atau jasa perusahaan kepada pengunjung. Beberapa tujuan *event marketing*, yaitu membangun *brand awareness*. *Event marketing* akan berfungsi sebagai saluran komunikasi pesan sehingga

akan membangun kepercayaan konsumen. Selanjutnya adalah menaikkan penjualan. Ketika menjalankan event marketing maka perusahaan akan memberikan promo-promo khusus mengenai produk atau jasa mereka, adanya promo dengan waktu yang terbatas ini diharapkan dapat mendorong perasaan takut konsumen akan kehilangan kesempatan dan melakukan pembelian saat itu juga. Maka dapat dikatakan tujuan event marketing juga untuk mendekati target konsumen secara emosional, perusahaan menggelar acara yang sesuai dengan minat atau hobi konsumen sehingga perusahaan melakukan pendekatan emosional untuk menawarkan produk atau layanan jasanya. *Event marketing* mampu menjadi saluran pengiriman pesan untuk promosi yang efektif sehingga perusahaan bisa membangun komunikasi yang intens.

Dalam melaksanakan strategi *marketing communication*, PT Merah Putih Media juga menerapkan *event marketing* dengan mengadakan event online untuk meningkatkan brand awareness dan citra positif dari perusahaan. PT merah Putih Media mengadakan event online setiap dua bulan sekali di bawah divisi *marketing communication*. *Event online* akan dilaksanakan dengan mengusung tema, judul, dan topik yang selalu berbeda-beda disetiap pelaksanaan. Pelaksanaan *online event* merupakan program langsung yang dijalankan oleh divisi *marketing communication* dan diawasi oleh pimpinan redaksi PT Merah Putih Media yaitu bapak Thomas Aquinos Kuku. Bentuk strategi *event marketing* yang dijalankan ini adalah *event webinar* yang dilakukan melalui platform zoom. Webinar ini akan menghadirkan moderator berpengalaman dan narasumber dari *key opinion leader* (KOL) yang memiliki pengalaman sesuai dengan tema atau topik *webinar* yang sedang dibahas.

Untuk melaksanakan bidang kerja ini, praktikan menerapkan teori ilmu dari mata kuliah manajemen acara. Menurut Noor dalam (Riadi, 2019), manajemen *event* adalah pengorganisasian kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas atau perusahaan yang dikelola secara profesional, efisien, dan efektif dari mulai perencanaan, pelaksanaan, hingga sebuah *event* tersebut selesai. Sementara menurut Syarif (2016), manajemen *event* adalah sebuah bagian dari ilmu manajemen yang

menciptakan dan mengembangkan kegiatan yang bertujuan untuk mengumpulkan sekelompok orang pada suatu tempat, melakukan serangkaian kegiatan atau aktivitas yang teratur untuk memperoleh suatu informasi atau menyaksikan suatu kejadian. Manajemen *event* perlu dipelajari karena kegiatannya dipengaruhi oleh komunikasi yaitu strategi visual juga pesan, komunikasi yang dilakukan antar individu, seleksi dan penempatan media, publisitas dan promosi serta beberapa kegiatan lainnya.

Keberhasilan event haruslah melalui beberapa tahapan mulai bagaimana pengorganisasian kegiatan tersebut dari awal hingga akhir. Hal tersebut dilakukan agar event yang akan diselenggarakan berjalan dengan baik sesuai tujuan dan untuk mengurangi resiko yang tidak diinginkan yang akan terjadi pada saat pelaksanaan event. Selain itu, pengonsepan sebuah *event* juga berfungsi untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang harus disiapkan sebelum dilaksanakan event, dan sebagai tolak ukur keberhasilan dari *event* tersebut.

Berikut lima tahapan yang harus dilakukan untuk menghasilkan *special event* yang efektif dan efisien menurut Goldblatt dalam (Riadi, 2019) yaitu:

1. *Research*, dalam melaksanakan sebuah event terdapat lima pertanyaan (*why, who, when, where, what*) yang dapat digunakan dalam memutuskan pelaksanaan sebuah *event*. Pada umumnya yang dilakukan pada tahap ini hanya dengan menganalisis data sekunder dan laporan dari penyelenggaraan *event* sebelumnya. Penelitian atau riset ini dilakukan guna menentukan kebutuhan, keinginan, dan juga ekspektasi khalayak. Sehingga target peserta atau konsumen diharapkan tertarik pada *event* yang dilakukan untuk mengurangi resiko ketidakhadiran. *Research* juga dilakukan sebagai titik awal sebelum dilaksanakannya *event*. Tahap ini juga akan bermanfaat bagi praktikan dalam menentukan tema *event* yang akan dilaksanakan.
2. *Design*, kreativitas adalah hal utama dalam setiap proses manajemen event terutama sangat dibutuhkan dalam tahap ini. Dimana kreativitas untuk memunculkan ide baru dalam menentukan

aktivitas yang sesuai dengan tujuan dari pelaksanaan event yang dapat dilakukan dengan cara *brainstorming* dan *mind mapping*, yaitu kegiatan dimana seluruh anggota dikumpulkan untuk mengajukan ide masing-masing yang selanjutnya dihubungkan dan dikonstruksikan menjadi satu filosofi event. *Brainstorming* berfokus mengenai tema dan konsep acara, bagaimana dekorasi dan artistik, hiburan yang disajikan, strategi komunikasi yang akan digunakan, dan sebagainya. Pada tahap ini dilakukan juga studi kelayakan event untuk menyaring ide-ide kreatif yang muncul. Studi kelayakan ini memperhatikan terkait anggaran biaya, sdm, serta kondisi politik

3. *Planning*, tahap perencanaan adalah tahap paling lama dalam proses manajemen *event*. Dalam tahap perencanaan melibatkan penggunaan tiga dasar hukum yakni waktu, tempat, serta tempo. Pada tahap ini praktikan akan membuat proposal acara yang berisikan timeline acara, konsep acara, rundown, anggaran, hingga narasumber yang akan mengisi acara. Pada proses perencanaan juga penting membuat daftar krisis atau masalah apa saja yang bisa muncul saat event berlangsung dan bagaimana alternatif solusi penyelesaiannya. Pada kerja profesi ini, event yang dilakukan adalah webinar sehingga kemungkinan seperti koneksi, suara moderator atau pembicara hilang bisa terjadi maka tim harus memiliki solusi penyelesaian jika krisis tersebut benar terjadi.
4. *Coordination*, merupakan implementasi atau pelaksanaan dari perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya. Pihak-pihak yang terkait harus saling berkoordinasi. Seorang *event leader* harus mampu mengkoordinasi pihak-pihak tim *event* agar dapat bekerja secara simultan dengan satu tujuan yakni menghasilkan sebuah event yang berhasil dan sukses. Berikut merupakan sifat sifat kepemimpinan yang wajib dimiliki oleh seluruh anggota pelaksana *event*, yaitu integritas, percaya diri, gigih, kolaborasi untuk membuat keputusan, penyelesaian masalah, komunikasi, dan visi yang sama.

5. *Evaluation*, event dievaluasi dengan melihat semua proses atau tahapan dari awal hingga akhir event telah selesai. Evaluasi yang baik akan menghasilkan data dan fakta yang sangat berharga, khususnya untuk mendukung kegiatan yang akan dilakukan pada masa yang akan datang. Evaluasi bisa juga dikatakan sebagai proses penilaian, pengukuran akan efektivitas strategi yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Data yang diperoleh dari hasil evaluasi tersebut akan dipergunakan sebagai analisis situasi dalam program berikutnya. Hal ini bertujuan untuk melihat keberhasilan dari acara tersebut dan melihat kelebihan dan kelemahan acara.

3.1.2 Bekerja Sama Dengan Acara Spesial Lain

- Pelaksanaan sebuah *event* juga sangat mengandalkan bekerja sama dengan acara special lainnya. Bekerja sama dengan acara special lainnya adalah perusahaan yang berkolaborasi dengan pihak lain, bisa perusahaan atau individu untuk mempromosikan atau berbagi acaranya. Kerja sama ini dilakukan melalui strategi pemasaran seperti menyebarkan konten melalui berbagai saluran media.

Kemitraan ini umumnya dibangun dengan tujuan mencapai keuntungan bersama. Salah satunya adalah meningkatkan visibilitas dan pengenalan akan produk, sekaligus meraih pendapatan yang lebih tinggi. Media partner memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan pada khalayak yang lebih luas yang tentunya sesuai dengan target audiens. Dalam menjalankan hubungan dengan media partner, transparansi dan komunikasi yang baik menjadi kunci (Prasatyo, 2023).

Pada saat praktikan melaksanakan kerja profesi di PT Merah Putih Media, praktikan jugadiberikan tugas untuk mencari dan menawarkan kerja sama kepada event-event perusahaan luar atau eksternal untuk bekerja sama dengan PT Merah Putih Media. Berikut penjelasan Adhitia(2023) mengenai beberapa tugas *media partner* untuk mendukung dan mengoptimalkan pencapaian bisnis yang perlu diperhatikan oleh praktikan, yakni sebelum memulai kerja sama, *media partner* perlu memahami secara mendalam tujuan bisnis. Ini mencakup pemahaman terhadap nilai-nilai perusahaan, target audiens, dan tujuan

pemasaran jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan pemahaman yang baik, *media partner* dapat merancang strategi sesuai dengan kebutuhan bisnis. Selanjutnya, *media partner* harus mampu mengidentifikasi dan memahami dengan baik target audiens dari bisnis atau perusahaan yang mengadakan *event*. Dengan demikian, praktikan mampu dapat menyusun konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan preferensi mereka. Kemampuan untuk menyelaraskan konten dengan kebutuhan pasar akan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran secara keseluruhan.

Media partner harus cermat dalam memilih dan menggunakan platform marketing. Ini bertujuan agar konten pemasaran bisa mencapai target audiens yang diinginkan. Pemilihan platform yang tepat dapat meningkatkan jangkauan dan dampak campaign yang dilakukan. Platform ini bisa berupa media sosial, situs web, atau kanal lainnya. Dalam kerja profesi ini platform yang digunakan adalah portal berita perusahaan PT Merah Putih Media.

Media partner tidak hanya bertugas mempublikasikan konten, tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Ini mencakup bersikap responsif terhadap pertanyaan atau *feedback*, serta memastikan bahwa interaksi dengan brand dilakukan dengan positif untuk membangun citra yang baik.

Praktikan ditugaskan untuk mencari event apa saja yang akan datang melalui sosial media seperti Instagram, tiktok, twitter, website, dan sosial media lainnya yang memungkinkan untuk mencari informasi seputar event. Event yang termasuk dalam kategori yang akan bekerja sama dengan PT Merah Putih Media yaitu event musik, konser, berbagai macam festival, pameran, seminar, dan event event menarik lainnya.

Praktikan akan membuat surat media partner offer dengan menggunakan format selaku marketing communication dari PT Merah Putih Media untuk menawarkan kerja sama terhadap event-event yang akan datang melalui email event tersebut. Tujuan PT Merah Putih untuk menjadikan media partner pada event event yang ada adalah agar masyarakat mengetahui layanan jasa perusahaan PT Merah Putih Media atau menambah engagement perusahaan.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Melalui kerja profesi yang praktikan lakukan selama di PT Merah Putih Media, praktikan telah melaksanakan beberapa bidang kerja yang diberikan oleh perusahaan sebagai bentuk dan kewajiban yang harus dilakukan praktikan selama kegiatan kerja profesi. Kerja profesi ini dilakukan untuk syarat kelulusan mata kuliah kerja profesi pada Universitas Pembangunan Jaya. Praktikan harus melakukan kerja profesi selama 3 bulan dengan durasi 440 jam.

Saat kerja profesi berlangsung praktikan turut berkontribusi pada 2 acara event online yang di adakan oleh PT Merah Putih Media. Praktikan tergabung dalam divisi *marketing communication* dimana memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab yang sangat berkaitan dengan keberlangsungan *engagement* PT Merah Putih Media. Seperti menjalin kerja sama dengan pihak eksternal melalui *media partner offer*, serta membuat kegiatan atau acara event online yang diadakan setiap 2 bulan sekali. Tidak lupa, praktikan juga menjalani kerja sama dengan pihak internal perusahaan dengan berkomunikasi dengan divisi lain di dalam perusahaan selama masa kerja profesi berlangsung. Praktikan juga berkontribusi dalam rancangan, rapat dan penyusunan rencana-encana kedepan agar perusahaan PT Merah Putih Media terusberkembang.

PT Merah Putih Media memiliki target audiens dengan jenis kelamin laki laki dan perempuan, rentan usia sekitar 17-30 tahun, dan memiliki latar belakang pelajar, mahasiswa, danpekerja yang membutuhkan informasi dari acara online event webinar yang PT Merah Putih Media adakan.

3.2.1 Acara Spesial Perusahaan

1. *Creative Thinking: KPop Makes CUANderful*



Gambar 3. 1 1 E-Flyer online event webinar Kpop Makes CUANderful

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Saat seorang praktikan baru memulai kerja profesi di PT Merah Putih Media, perusahaan tersebut akan mengadakan sebuah event online yang menarik. Event ini bertemakan "creative thinking" dengan judul "Kpop Makes CUANderful." Acara ini dirancang untuk mengeksplorasi bagaimana fenomena Kpop dapat menjadi inspirasi bagi kreativitas dan potensi keuntungan.

Event online ini dijadwalkan akan berlangsung pada tanggal 10 Juni 2023, mulai pukul 10.00 hingga 11.00 WIB. Pelaksanaan acara akan dilakukan secara virtual melalui platform Zoom Meeting. Para peserta diharapkan dapat bergabung tepat waktu untuk mendapatkan manfaat maksimal dari sesi ini.

Melalui acara "Kpop Makes CUANderful," PT Merah Putih Media berupaya memberikan wawasan baru dan segar mengenai cara berpikir kreatif yang dapat diaplikasikan dalam berbagai bidang, terutama yang berkaitan dengan industri hiburan dan budaya populer. Event ini juga menjadi kesempatan bagi para praktikan dan peserta lainnya untuk belajar dan berdiskusi tentang cara-cara inovatif dalam memanfaatkan tren global untuk keuntungan lokal.

Praktikan dan beberapa teman dari divisi Marketing Communication menjalani berbagai jobdesk masing-masing selama proses pra-event berlangsung. Setiap anggota tim memiliki peran penting yang harus dilaksanakan untuk memastikan kesuksesan event online "Kpop Makes CUANderful." Saat menjalani kerja profesi di PT Merah Putih Media, praktikan diberikan tanggung jawab khusus yang signifikan dalam penyelenggaraan acara ini. Praktikan ditugaskan untuk mengelola link pendaftaran webinar, yang merupakan komponen krusial dalam proses registrasi peserta. Tugas ini mencakup pemantauan dan penyortiran peserta yang mendaftar melalui link tersebut.

Praktikan harus memastikan bahwa data peserta yang masuk lengkap dan akurat. Setelah itu, peserta yang sudah terdaftar akan dimasukkan ke dalam grup WhatsApp yang dibuat khusus untuk webinar ini. Grup WhatsApp tersebut berfungsi sebagai saluran komunikasi utama di mana informasi terkait webinar, termasuk jadwal, pengingat, materi pendukung, dan informasi lainnya, akan disampaikan.

Proses ini tidak hanya memerlukan ketelitian dalam menyortir dan memverifikasi data peserta, tetapi juga memerlukan keterampilan komunikasi yang baik untuk memastikan bahwa semua peserta mendapatkan informasi yang mereka butuhkan tepat waktu. Selain itu, praktikan juga harus memastikan bahwa grup WhatsApp berjalan dengan baik dan menjadi platform yang efektif untuk diskusi dan pertukaran informasi di antara para peserta webinar.

Dengan peran ini, praktikan berkontribusi langsung pada kelancaran pelaksanaan event online "Kpop Makes CUANderful," memastikan bahwa semua peserta terlibat dan mendapatkan pengalaman yang positif dari acara ini. Tugas ini juga memberikan praktikan kesempatan untuk mengasah keterampilan manajemen event dan komunikasi, yang sangat berharga untuk perkembangan profesional mereka di masa mendatang.

Selain tugas yang telah disebutkan sebelumnya, praktikan juga diberikan kesempatan berharga untuk mendapatkan pengalaman dalam menghubungi narasumber serta moderator untuk event online kali ini. Dalam event "Kpop Makes CUANderful," terdapat dua orang narasumber yang telah ditentukan, yaitu Sarah Ayu sebagai influencer dan Agnes F.C sebagai Key Opinion Leader (KOL). Tia Pratiwi ditunjuk sebagai moderator yang akan memandu jalannya acara webinar ini.

Praktikan pertama-tama menghubungi contact person masing- masing narasumber dan moderator yang informasinya telah diberikan oleh atasan praktikan di tempat kerja profesi. Tahap awal ini sangat penting karena merupakan langkah pertama dalam menjalin komunikasi formal dengan para profesional yang akan berperan dalam acara tersebut.

Setelah berhasil menghubungi contact person, praktikan memberikan offering letter kepada mereka. Offering letter ini berisi detail tentang event, peran yang diharapkan dari narasumber dan moderator, serta informasi mengenai kompensasi yang ditawarkan. Setelah memberikan offering letter, praktikan kemudian terlibat dalam proses negosiasi fee dengan para narasumber serta moderator. Negosiasi ini harus dilakukan dengan hati-hati dan profesional untuk mencapai kesepakatan yang memuaskan semua pihak.

Setelah berhasil menemukan kesepakatan mengenai fee dan persyaratan lainnya, praktikan kemudian memberikan lembar pernyataan kesediaan mengisi acara webinar perusahaan kepada para narasumber dan moderator. Dokumen ini harus ditandatangani secara digital oleh semua pihak yang terlibat. Proses ini memastikan bahwa semua kesepakatan telah diterima dan disetujui secara resmi, serta memberikan dasar legal bagi partisipasi mereka dalam acara tersebut.

Pengalaman ini memberikan praktikan wawasan yang mendalam tentang berbagai aspek dalam manajemen event, terutama dalam hal berkomunikasi dan bernegosiasi dengan para profesional. Praktikan belajar bagaimana menyusun offering letter yang efektif, mengelola komunikasi yang jelas dan profesional, serta menangani negosiasi dengan cermat. Selain itu, proses ini juga mengajarkan praktikan tentang pentingnya

dokumentasi dan konfirmasi resmi dalam setiap kesepakatan bisnis.

Dengan demikian, tugas ini tidak hanya membantu praktikan dalam memahami lebih dalam tentang perencanaan dan pelaksanaan event, tetapi juga mengembangkan keterampilan komunikasi, negosiasi, dan manajemen waktu yang sangat penting untuk karier masa depan mereka. Praktikan mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam aspek- aspek praktis dari manajemen event dan belajar bagaimana mengelola berbagai tanggung jawab dengan efektif dan efisien.

Event online ini diadakan secara *free* atau tidak berbayar. Tersedia *e-certificate* untuk webinar dan dikenakan biaya sebesar Rp. 20.000. Pada webinar kali ini terdapat 3 narasumber termasuk Influencer, KOL, dan Moderator yang sangat ahli dalam tema webinar kali ini. Target webinar khusus untuk *event* kali ini adalah mahasiswa dan pelajar atau para remaja yang sangat menyukai dunia Kpop atau Korean Pop.

Pada webinar ini akan membahas topik bagaimana hobi atau kesukaan dapat menghasilkan uang dengan kata lain bagaimana cara kita untuk menghasilkan pendapatan melalui hobi yang kita sukai. Dengan narasumber yaitu Tia Pratiwi sebagai moderator, Sarah Ayu sebagai influencer, dan Agnes FC sebagai KOL.

2. Metaverse Diving Into New Era

Dua bulan pasca event KPOP Makes CUANderful berhasil dilaksanakan, PT Merah Putih Media Kembali mengadakan acara event online seminar yang bertemakan Metaverse Diving Into New Era. Pada webinar kali ini praktikan mendapat jobdesk penuh mulai dari rancangan event sampai event selesai. Praktikan hanya dibantu dengan 1 orang dari divisi marketing communication. Webinar ini diselenggarakan pada tanggal 12 Agustus 2023 secara online melalui zoom meeting. Praktikan diberi jobdesk dari awal rancangan event mulai dari membuat latar belakang untuk proposal event metaverse diving into new era, membuat proposal dan timeloin event, mencari narasumber, mencari judul event, menjadi perantara antara PT Merah Putih Media terhadap target sponsor dan narasumber, negosiasi dengan narasumber untuk menyesuaikan sesuai

dengan budget yang diberikan oleh perusahaan, membuat design e flyer, membuat MOU untuk dikirimkan kepada masing masing narasumber dan masih banyak tahapan tahapan lain dari dimulainya rancangan event sampai berakhirnya event berlangsung.



Gambar 3. 2 E-Flyer Metaverse Diving Into New Era

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Acara event kali ini memiliki target remaja dan dewasa dengan demografi usia sekitar 17-35 tahun, serta memiliki minat dengan dunia teknologi era baru dan ingin mempelajari dan mengetahui penjelasan dari metaverse dan apa gunanya metaverse bagi kehidupan masa depan. Karena pada dasarnya, di jaman yang serba canggih ini manusia sangat dimudahkan dengan teknologi yang bisa digunakan untuk apa saja seperti berkomunikasi, berbelanja, mencari informasi, berdagang, dan banyak hal yang bisa dilakukan dengan teknologi seperti sekarang ini. Maka dari itu, masyarakat harus lebih banyak mengetahui lagi tentang teknologi- teknologi terbaru untuk masa depan. Pada webinar kali ini terdapat 3 narasumber yang juga ahli dibidangnya masing masing. Yaitu Ahmad Rizky selaku moderator, Jason Nathanael selaku KOL, dan Muhammad Adriansa selaku influencer pada acara webinar kali ini.

Tahap Pelaksanaan

a. Tahap *Pre-Event*

1. Creative Thinking ; KPop Makes CUANderful

Tahapan ini akan meliputi berbagai perencanaan event dan juga tahap perorganisasian divisi marketing communication. Bagian yang diperlukan dalam tahapan ini menjadi salah satu bagian yang sangat penting dalam keberlangsungannya acara karena bagian ini akan merancang, mengurus semua kebutuhan dari event ini. Berbagai macam kebutuhan perlu diperhatikan seperti budget, tempat pelaksanaan, narasumber, design, sponsorship, advertising, serta beberapa kebutuhan yang sangat diperlukan untuk acarawebinar berlangsung. Tidak lupa juga tim marketing communication akan mengadakan rapat yang mempertemukan divisi divisi lain di PT Merah Putih Media untuk 37 memberikangambaran dan rancangan apa saja yang akan event online ini laksanakan.

2. Metaverse Diving Into New Era

Dalam tahapan pra event ini, meliputi berbagai perencanaan event. Pertama, praktikan diberikan tugas untuk membuat latar belakang event untuk proposal yang nantinya akan diserahkan kepada kepala redaksi untuk di setujui. Lalu setelah mengirim proposal acara kepada kepala redaksi, praktikan mulai mencari narasumber yang dibutuhkan pada event ini. Setelah mencari narasumber praktikan akan membuat mou yang akan dikirimkan kepada divisi keuangan untuk mencairkan dana yang akan digunakan untuk event ini. Lalu praktikan juga membuat design yang akan dikirimkan kepada divisi tim creative untuk dibuat e-flyer atau poster webinar. Lalu pada tahap ini setelah semua selesai, design flyer akan dibuat advertising di Instagram untuk mengundang audiens yang akan daftar. Tidak lupa juga praktikan mengirim e flyer untuk tim sosial media pada PT Merah Putih Media agar diposting pada portal beritanya masing masing.

b. Tahap Pelaksanaan Event

1. Creative Thinking ; KPop Makes CUANderful

Dalam tahapan ini, tentang pelaksanaan dan juga pengawasan selama event diselenggarakan, event ini berjalan secara online melalui zoom meeting dan tim marketing communication hadir ditempat acara, sedangkan para peserta webinar masuk melalui zoom meeting. Namun, bukan berarti acara yang diselenggarakan online ini tidak butuh pengawasan. Acara event online ini perlu tim IT yang akan mengawasi selama acara berlangsung agar tidak terjadi hal hal yang tidak diinginkan atau mengurangi risiko krisis.

2. Metaverse Diving Into New Era

Pada tahap ini event berjalan secara online melalui zoom meeting.

Pada tahapan ini acaradimulai pukul 10.00 WIB dan selesai pada pukul 12.00 WIB. Tim marketingcommunication seperti biasa hadir dalam acara di kantor untuk memastikan peserta hadir selama acara berlangsung. Dihadirkannya tim marketing communication ditempat pada acara sedang berlangsung yaitu guna untuk menghindari masalah yang akan dihadapi agar lebih mudah untuk menyelesaikannya secara bersamaan di satu tempat. Acara dibuka dengan moderator lalu dilanjutkan dengan dimulainya acara bersama narasumberdengan topiknya masing masing. Acara ini juga diawasi dengan tim IT yang mengawasi selama acara berjalan agar tidak ada kendala. Peserta yang hadir berjumlah 450 orangyang artinya butuh lebih pengawasan khusus yang lebih ketat dibandingkan online event yang kemarin.

c. Tahap Post Event

1. Creative Thinking ; KPop Makes CUANderful

Tahapan ini telah memasuki tahap terakhir setelah event selesai.

Pada tahapan ini biasanya tim marketing communication akan berdiskusi untuk evaluasi event online kali ini. Dan pada tahap post event ini, masing masing dari tim marketing communication mempunyai tugasnya masing masing mulai dari mengecek link absensi, dan mengecek peserta yang ingin membuat e-certificate melalui google form yang linknya sudah dibagikan saat acara berlangsung

melalui chat zoom meeting. Lalu tim marketing communication akan mengecek beberapa peserta yang sudah bayar untuk membuat e- certificate dan tim marketing communication akan bekerja sama dengan tim creative untuk mendesign e-certificate yang akan dibagikan kepada peserta selama kurang lebih 7 hari kerja. Lalu, tahapan final pada post event adalah membuat laporan yang akan dikirimkan ke kepala redaksi untuk report.

2. Metaverse Diving Into New Era

Setelah event selesai, praktikan memeriksa form absensi untuk memastikan semua peserta yang hadir telah mengisi data mereka dengan benar. Praktikan juga memeriksa formulir yang telah diisi oleh peserta untuk mendapatkan e-certificate. Setiap peserta yang menginginkan e-certificate dikenakan biaya sebesar Rp. 20.000, yang dilakukan melalui Google Forms. Setelah verifikasi data peserta yang telah mengisi formulir dan membayar biaya e-certificate, praktikan kemudian berkomunikasi dengan divisi creative. Dalam komunikasi ini, praktikan menyampaikan data peserta dan mendiskusikan desain e-certificate yang akan diberikan. Desain e-certificate harus memenuhi standar estetika dan branding perusahaan, serta mencakup informasi penting seperti nama peserta, nama event, tanggal, dan tanda tangan atau logo resmi dari PT Merah Putih Media. Setelah desain e-certificate selesai dan disetujui, praktikan akan mengirimkan ecertificate tersebut kepada para peserta. Proses pengiriman dilakukan melalui chat WhatsApp dalam waktu 7 hari kerja setelah event selesai. Praktikan memastikan bahwa setiap peserta menerima e-certificate mereka tepat waktu dan melakukan follow-up jika ada kendala dalam pengiriman. Langkah terakhir yang dilakukan oleh praktikan adalah membuat laporan evaluasi event. Laporan ini mencakup berbagai aspek dari event, seperti jumlah peserta yang hadir, tingkat partisipasi, feedback dari peserta, serta kendala dan solusi yang ditemukan selama pelaksanaan event. Laporan ini disusun secara detail dan sistematis untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kesuksesan dan area perbaikan dari event yang 41 telah diselenggarakan. Setelah laporan selesai disusun, praktikan akan menyampaikannya kepada kepala redaksi. Laporan ini digunakan sebagai bahan evaluasi untuk perencanaan dan pelaksanaan event selanjutnya. Dengan demikian, perusahaan dapat belajar dari pengalaman

sebelumnya dan meningkatkan kualitas event di masa depan. Dengan rangkaian langkah ini, praktikan memastikan bahwa setiap aspek dari penyelenggaraan event, mulai dari absensi hingga pemberian e-certificate dan evaluasi keseluruhan, dilakukan dengan rapi dan profesional. Proses ini tidak hanya membantu dalam memastikan kepuasan peserta tetapi juga menyediakan informasi berharga untuk peningkatan kualitas event di masa yang akan datang

3.2.2 Bekerja Sama Dengan Acara Spesial Lain

Selain mengurus event online, praktikan juga mendapatkan jobdesk untuk mencari event - event dari perusahaan eksternal untuk diajak kerja sama sebagai media partner PT Merah PutihMedia. Praktikan ditugaskan oleh perusahaan mencari event-event upcoming melalui sosial media yang memungkinkan adanya informasi seputar event. Proses pada jobdesk kali ini adalah praktikan membuat surat melalui email yang akan di apply kepada perusahaan event untuk diajak bekerja sama sebagai media partner. Praktikan akan mengirim *deck* seputar informasi perusahaan PT Merah Putih Media agar perusahaan tertarik untuk bekerja sama. Praktikan juga akan memperkenalkan diri sebagai perwakilan perusahaan yang bermaksud untuk melakukan penawaran kepada media partner tersebut.

Kemudian, praktikan akan menjelaskan maksud dan tujuan acara atau menjabarkan informasi acara secara detail seperti latar belakang acara, target peserta, jadwal dan tempat, serta *scoop* yang diharapkan perusahaan terhadap media partner dan juga *feedback* yang dapat diberikan kepada media partner jika mendukung acara perusahaan. Jika perusahaan menyetujui ajakan kerja sama, praktikan akan meneruskan kepada divisi tim jurnalis agar saat event itu berlangsung, tim dari PT Merah Putih Media melakukan liputan event tersebut untuk dibuat menjadi artikel dan di publish pada masing masing portal berita. Namun, jika media partner belum memberikan jawaban, maka praktikan akan memberikan jeda waktu sekitar satu minggu sebelum praktikan melakukan *follow up* kembali kepada media partner tersebut.

Keuntungan yang akan didapatkan oleh pihak eksternal adalah event mereka terpublish oleh portal berita PT Merah Putih Media dan keuntungan yang

akan didapatkan oleh perusahaan PT Merah Putih Media adalah masyarakat jadi tahu nama perusahaan dan meningkatnya *brand awareness* dari PT Merah Putih Media. Selain itu, jalinan kerja sama yang dibangun perusahaan juga bertujuan untuk menambah kredibilitas *event* yang akan diselenggarakan. Masyarakat tidak hanya akan semakin banyak tahu mengenai acara, namun juga akan semakin yakin bahwa acara yang akan diselenggarakan merupakan acara yang berkualitas karena banyaknya media partner yang ikut mendukung. Hal tersebut juga dapat membuat perusahaan dapat meminimalisir atau melakukan efisiensi biaya publikasi yang harus dikeluarkan.

Salah satu tugas *marketing communication* adalah menjalin hubungan yang baik dan menjaga relasi dengan partnernya. Dalam menjalani kerja profesi, praktikan berkesempatan untuk melakukan kunjungan kerja ke beberapa partnership yang pernah dan akan bekerja sama dengan perusahaan. Biasanya praktikan akan membawa *company profile* terbaru dan kemudian akan praktikan akan menjelaskan secara singkat mengenai profil perusahaan kepada media partner.

Praktikan dan atasan kemudian akan menginformasikan mengenai acara-acara yang akan berlangsung atau rencana kegiatan perusahaan yang memungkinkan keterlibatan media partner. Dalam kunjungan kerja yang dilakukan, biasanya praktikan akan memberikan bingkisan berupa souvenir yang telah disiapkan oleh perusahaan untuk media partner.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Ketika menjalani program kerja profesi di PT Merah Putih Media, praktikan tentu tidak terlepas dari kekurangan sehingga pernah mengalami beberapa hambatan atau kendala ketika memperoleh tugas yang diberikan, baik kendala secara internal maupun eksternal. Adapun beberapa kendala yang pernah dialami oleh praktikan selama masa kerja profesi adalah sebagai berikut:

1. Saat pertama kali mengurus *event online webinar*, praktikan diberi kesempatan untuk menjadi perantara antara peserta dan perusahaan dalam menyampaikan beberapa informasi melalui group *Whatsapp*. Karena kurangnya informasi yang dimiliki oleh praktikan, terdapat beberapa

pertanyaan dari peserta yang tidak dapat praktikan jawab.

2. Pada *event online* kedua yang di *manage* oleh praktikan, terdapat kendala kesalahan komunikasi antara panitia dan peserta yang dimana seharusnya jika ingin mempunyai E-Certificate maka akan dikenakan biaya sebesar Rp. 20.000. Kesalah pahaman ini terjadi karena pada saat E-Flyer di posting di Instagram dan naik ke Ads Instagram, pada E-Flyer tersebut tidak ada keterangan bahwa E-Certificate berbayar sehingga menjadi kesalahan pahaman antara panitia dan peserta.
3. Pada event online “Metaverse Diving Into New Era”, praktikan hanya dibantu oleh satu orang anggota divisi *marketing communication* dalam mengurus keseluruhan rangkaian acara. Hal ini membuat praktikan kesulitan dalam mengatur *jobdesk* satu sama lain yang mengakibatkan beberapa hari praktikan harus bekerja lembur untuk mengejar target perancangan TOR (*Term of Reference*) acara.
4. Keterbatasan pengalaman yang dimiliki oleh praktikan membuat pengerjaan TOR acara event online “Metaverse Diving Into New Era” harus mengalami beberapa kali revisi oleh atasan.
5. Praktikan kesulitan untuk mengatur waktu dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan terutama pada saat terdapat *event online* akan berlangsung. Praktikan harus mengerjakan beberapa hal dalam waktu yang bersamaan dengan waktu yang terbatas sehingga kesulitan dalam menepati *deadline*, seperti misalnya saat praktikan harus membuat *draft TOR* acara namun praktikan juga tetap harus menyerahkan 10 ide konten berita untuk media sosial.

Dalam mengajak acara special lain untuk bekerja sama, terkadang ada pada kendala komunikasi meliputi email tidak dibalas, partner yang kurang mengerti maksud dan tujuan kami, sudah mendapatkan feedback tetapi tidak ada respon lagi, kendala seperti itulah yang sering Praktikan alami dalam mengajak acara special lain untuk bekerja sa