

BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktifitas Praktek Kerja Lapangan di Chambers Entertainment

Selama praktek kerja lapangan (PKL) yang dilakukan di Chambers Entertainment, terdapat dua jenis kegiatan yang dilaksanakan yakni kegiatan Menyusun Project even dan kegiatan Promosi. Kegiatan project event adalah kegiatan yang dilakukan dalam menyiapkan suatu acara entertainment. Sedangkan kegiatan promosi adalah kegiatan yang dilakukan dalam melancarkan acara yang sudah di project dari awal dalam menarik massa maupun sponsor lebih dari itu sebagai wadah penyambung inspirasi untuk mengembangkan di bidang entertainen khususnya di kota Makassar yang mempunyai creator di Bandung.

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

No	Hari, Tanggal	Waktu (WIB)	Kegiatan	Keterangan	
				Rutin	Insidentil
1	Senin, 26 Agustus 2013	09.00–19.00	<ul style="list-style-type: none"> Brekfing in the morning, setiap pagi di chambers entertainment selalu memberikan laporan hasil kerja Pengenalan dan pengarahan oleh <i>chambers Entertainment manager</i> mengenai <i>job description</i> divisi <i>promostion</i> mengenai Media massa Mempelajari cara membuat <i>script promostion</i>. 	✓	 ✓ ✓

2	Selasa, 27 Agustus 2013	09.00–19.00	<ul style="list-style-type: none"> • Brekfasting in the morning, setiap pagi di chambers entertainment selalu memberikan laporan hasil kerja • Menentukan talent artis yang akan tampil di acara chambers entertainment. • Mempelajari cara menggunakan twitter dan facebook, tumblr chambers entertainment. • Mengirimkan proposal penawaran kerjasama dengan sponsor. 	✓ ✓ ✓	
3	Rabu, 28 Agustus 2013	09.00-19.00	<ul style="list-style-type: none"> • Brekfasting in the morning, setiap pagi di chambers entertainment selalu memberikan laporan hasil kerja • Menentukan talent artis yang akan tampil di acara chambers entertainment. • Mempelajari cara menggunakan twitter,tumblr dan facebook chambers entertainment. • Mengirimkan proposal penawaran kerjasama dengan sponsor. 	✓ ✓ ✓	
4	Kamis, 29 Agustus 2013	09.00-19.00	<ul style="list-style-type: none"> • Brekfasting in the morning, setiap pagi di chambers entertainment selalu memberikan laporan hasil kerja • Menentukan talent artis yang akan tampil di acara chambers entertainment. • Mempelajari cara menggunakan twitter ,tumblr dan facebook chambers entertainment. • Mengirimkan proposal penawaran kerjasama dengan sponsor. 	✓ ✓ ✓	
5	Jumat,		<ul style="list-style-type: none"> • Brekfasting in the morning, setiap 	✓	

	30 Agustus 2013	09.00-19.00	<p>pagi di chambers entertainment selalu memberikan laporan hasil kerja</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menentukan talent artis yang akan tampil di acara chambers entertainment. • Mempelajari cara menggunakan twitter,tumblrdan facebook chambers entertainment. • Mengirimkan proposal penawaran kerjasama dengan sponsor. • Reports pekerjaan selama 1 minggu kerja ke pusat 	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>	
6	Senin 2 September 2013	09.00-19.00	<ul style="list-style-type: none"> • Brekfining in the morning, setiap pagi di chambers entertainment selalu memberikan laporan hasil kerja • Menentukan talent artis yang akan tampil di acara chambers entertainment. • Mempelajari cara menggunakan twitter,tumblr dan facebook chambers entertainment. • Mengirimkan proposal penawaran kerjasama dengan sponsor. • Reports pekerjaan selama 1 minggu kerja ke pusat 	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>	
7	Selasa 2 September 2013	09.00–19.00	<ul style="list-style-type: none"> • Brekfining in the morning, setiap pagi di chambers entertainment selalu memberikan laporan hasil kerja • Menentukan talent artis yang akan tampil di acara chambers entertainment. • Mempelajari cara menggunakan twitter dan facebook, tumblr chambers entertainment. • Mengirimkan proposal penawaran kerjasama dengan sponsor. 	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>	

8	Rabu 3 September 2013	09.00–19.00	<ul style="list-style-type: none"> • Brekfasting in the morning, setiap pagi di chambers entertainment selalu memberikan laporan hasil kerja • Menentukan talent artis yang akan tampil di acara chambers entertainment. • Mempelajari cara menggunakan twitter dan facebook, tumblr chambers entertainment. • Mengirimkan proposal penawaran kerjasama dengan sponsor. 	✓ ✓ ✓ ✓	
9	Kamis 4 September 2013	09.00–19.00	<ul style="list-style-type: none"> • Brekfasting in the morning, setiap pagi di chambers entertainment selalu memberikan laporan hasil kerja • Menentukan talent artis yang akan tampil di acara chambers entertainment. • Mempelajari cara menggunakan twitter dan facebook, tumblr chambers entertainment. • Mengirimkan proposal penawaran kerjasama dengan sponsor. 	✓ ✓ ✓ ✓	
10	Jumat 5 September 2013	09.00–19.00	<ul style="list-style-type: none"> • Brekfasting in the morning, setiap pagi di chambers entertainment selalu memberikan laporan hasil kerja • Menentukan talent artis yang akan tampil di acara chambers entertainment. • Mempelajari cara menggunakan twitter dan facebook, tumblr chambers entertainment. • Mengirimkan proposal penawaran kerjasama dengan sponsor. 	✓ ✓ ✓ ✓	

Sumber: Arsip penulis selama PKL, 2013

2.2 Deskripsi Kegiatan

Selama menjalankan praktik kerja lapangan di Chamber Entertainment Bandung, penulis melakukan kegiatan rutin dan kegiatan insidental yang berhubungan dengan *Event* Dan Promosi yang dilakukan oleh Chambers Entertainment Bandung. Berikut adalah uraian kegiatan penulis selama melaksanakan praktik kerja lapangan :

2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin Chambers Entertainment Bandung.

Kegiatan rutin merupakan tugas keseharian yang dilakukan penulis selama PKL, yaitu membantu staf Divisi Promosi dan juga membantu divisi-divisi sesuai yang di instruksikan pembimbing di tempat PKL yang berkaitan, terdiri dari :

1. Divisi Promosi

Penulis mendapatkan tugas untuk menjadi Promosi Chambers entertainment. Tugasnya adalah mengpromosikan acara yang dibuat melalui media sosial, mulai dari mengajak halayak datang ke event chambers entertainment yang akan di acarkan pada tanggal 12, 13, 14, 15 December 2013, dengan Tema CHAMBERS [10TH] FESTIVAL
TAGLINE :Makassar's*Creative, Music, Talkshow, Arts, & Clothing*

Festival. Yang mempunyai *creator konsep* di chambers entertainment bandung

Gambar 2.1

Contoh promosi di tumblr chambers entertainment



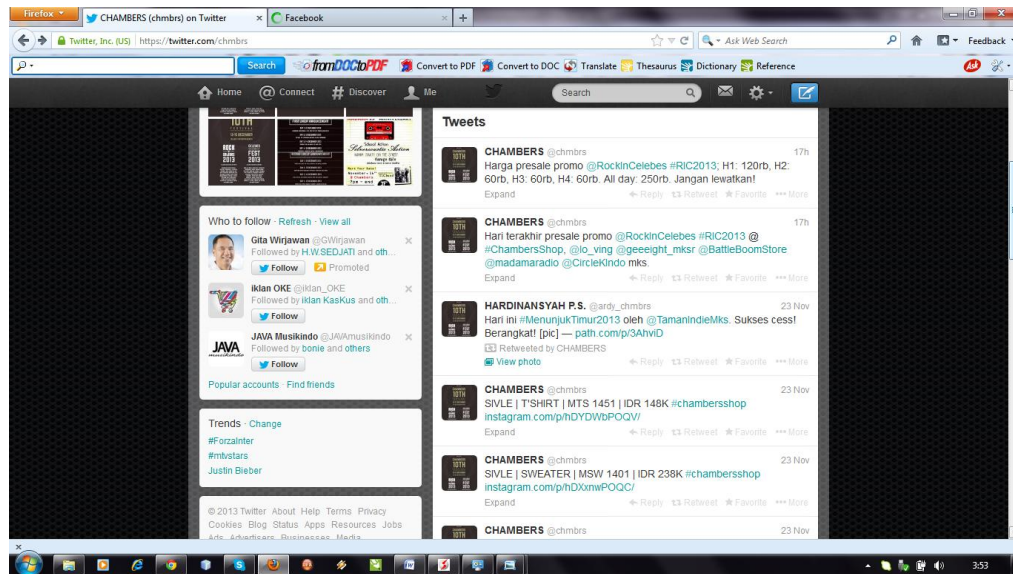
Sumber: Arsip penulis selama PKL, 2013

2. SCRIPT NEWS

Penulis mendapat tugas untuk menulis *Script News* dari media on line yang telah di berikan. Banyaknya media pemberitaan kini dapat mengadopsi dengan mudah informasi yang akan di sampaikan pada khalayak, meskipun informasi yang di sampaikan merupakan informasi dari media on line, akan

Gambar 2.2

Contoh *Script* promosi Chambers Entertainment



Sumber: Arsip Penulis Selama PKL, Agustus 2013

3. Promostion Online

Penulis mendapatkan tugas untuk menjadi Promostion Online. Tugasnya adalah mengontrol berita atau pertanyaan yang masuk melalui media online: Website, Twitter dan Facebook, dan tumblr melakukan konfirmasi kepada pihak terkait jika ada yang menanyakan sesuatu, ataupun mempublikasi daftar pertanyaan .

2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidental

Kegiatan insidental merupakan tugas yang dikerjakan oleh penulis hanya sekali atau disesuaikan dengan kondisi. Yang termasuk kegiatan incidental selama PKL antara lain:

1. *Briefing*

Penulis mengikuti briefing bersama dengan perwakilan staf Divisi Promosi

- a. Prosedur atau peraturan yang harus dijalankan selama PKL, antara lain: jam kerja, pakaian, dan absensi.
- b. Tempat atau divisi pelaksanaan PKL dan mentor PKL

2. *Meeting dengan Vendor*

Penulis mengikuti meeting dengan setiap vendor distro yang ikut serta dalam acara event chamber 10 tahun, yang akan diacarakan dikota Makassar sebagai pusat kantor chambers entertainment bandung.

2.3 Analisa Kegiatan PKL

Chambers adalah satu bentuk usaha pertumbuhan akan fenomena budaya urban, dimulai pada tahun 2003 berkembang hingga saat ini. Sebagai media dan komunitas dengan pengembang toko, urban *dan space, line dan clothing, distribusi, music/records, label, promotor, dan event, organizer*, yang menampilkan, industry, kreatif, di lini fashion, dan musik, art, yang menjadikan barometer komunikasi serta wadah pengembangan usaha yang dapat dinikmati semua kalangan. Di tahun ke-10 ini kami akan mempersembahkan dan menyelenggarakan beberapa. Rangkaian kegiatan, sebagai bentuk pola pikiran mengadakan di bidang edukasi dan seni untuk mengembangkan potensi dan semangat independensi diberbagai kegiatan. event yang sarat akan edukasi, budaya, seni dan hiburan berupa; *festival music, talkshow, art, clothing*. Program simultan selama 4 hari di Satu area strategis di Makassar.

2.4 Analisis Pelayanan Perusahaan Kepada Mahasiswa PKL

Sejak awal dimulainya PKL mahasiswa di layani dengan baik dan dibimbing sebagaimana mestinya dengan diberikan tugas atau *jobdesc* setiap divisi yang didapat oleh mahasiswa hasil dari rapat dan konsekuensi di awal. Mahasiswa yang melakukan PKL diperlakukan sama dan setara seperti staf-staf lain dan diajarkan banyak hal tentang dunia kerja meskipun setiap kerja yang dilakukan mahasiswa akan dicek terlebih dahulu kebenaran dan keakuratannya. Hal ini dapat mengembangkan dan menumbuhkembangkan kepribadian mahasiswa yang nanti akan memasuki dunia kerja setelah menyelesaikan bangku kuliah.

Chamber Entertainment merupakan perusahaan yang *welcome* terhadap setiap mahasiswa yang melaksanakan praktek kerja lapangan. Pada hari pertama praktek kerja lapangan, penulis juga diberi keleluasaan untuk memilih *shift* kerja di Chamber Entertainment agar semua pihak mendapatkan kenyamanan namun tetap mematuhi segala aturan yang berlaku di Chamber Entertainment Bandung.

Seluruh staf di Chamber Entertainment Bandung memberikan pelayanan yang baik, dan sabar mengajarkan hal-hal yang belum diketahui oleh mahasiswa PKL terkait dengan dunia promosi. Rasa kekeluargaan yang dibangun di Chamber Entertainment Bandung ini membuat mahasiswa PKL tidak canggung ataupun sungkan untuk meminta bantuan kepada staf karyawan di sana. Hal tersebut juga membuat mahasiswa PKL lebih cepat beradaptasi dengan lingkungan kerja.

Perusahaan sangat merespon positif akan hadirnya mahasiswa yang melakukan PKL, dengan adanya mahasiswa yang melakukan PKL dapat membantu kinerja perusahaan sehingga pekerjaan dapat terselesaikan dengan cepat dan akurat dengan banyaknya tenaga kerja yang dimiliki. Terdapat sebuah simbiosis mutualisme antara perusahaan dan mahasiswa yang melakukan PKL.

Strategi pemasaran yang menasar pada sisi psikologis manusia terbukti lebih efektif. Dalam buku berjudul “*Influence: The Psychology of Persuasion*”, Dr. Robert Cialdini mengungkapkan beberapa konsep psikologi yang terkait dengan persuasi. Ada sembilan konsep yang dapat diaplikasikan oleh pemilik toko *online* sebagai strategi pemasaran.

1. **Timbal balik**

Menurut Dr. Robert, dalam sebuah hubungan antara dua manusia, seseorang cenderung akan melakukan sesuatu yang serupa dengan apa yang dilakukan oleh pihak lainnya. Jika A memberikan X, maka B cenderung akan memberikan X atau X1. Maksudnya, B akan memberikan hal yang sama persis dengan apa yang A berikan atau hal yang masih ada kaitannya dengan X.

Jika ini diimplementasikan dalam kegiatan berjualan *online*, penjual dapat memberikan suatu barang secara gratis. Dengan tujuan, pembeli akan memberikan suatu timbal balik, seperti [*loyalitas*](#). Penjual dapat memberikan hadiah-hadiah kecil seperti souvenir, *sample* produk paling baru, atau *e-book*.

Selain itu, penjual juga bisa memberikan tanda terima kasih berupa kartu ucapan yang unik. Agar lebih ‘menyentuh’, sebaiknya penjual mendesain sendiri atau bahkan menuliskan kata-katanya dengan tangan sendiri. Dengan ada tanda terima kasih ini, hubungan personal antara penjual dan pembeli akan semakin kuat dan akan berujung pada loyalitas pelanggan.

2. **Komitmen**

Tidak ada manusia yang senang dibohongi oleh orang yang sudah berjanji kepadanya. Hal ini pun berlaku pada pembeli di toko *online*. Sebaiknya penjual selalu memenuhi setiap janji atau jaminan yang ia katakan kepada pembeli.

Misalnya, jika penjual mengadakan promo dengan membebaskan ongkos kirim, ia harus memenuhinya. Atau, penjual mengumumkan di halaman utama toko *online*-nya bahwa ia akan melayani pemesanan pembeli secara cepat (*fast response*). Maka, ia harus betul-betul melakukan itu.

Selain menghindari kekecewaan pembeli, berkomitmen terhadap janji yang sudah diungkap dapat membuat pembeli semakin yakin dan percaya bahwa toko *online* yang ia datangi adalah salah satu toko *online* yang terbaik.

3. **Wibawa (*authority*)**

Konsep berikut yang membantu proses persuasi adalah *authority* alias wibawa. Secara natural, menurut Dr. Robert, manusia lebih mudah ‘patuh’ terhadap perkataan atau perintah dari orang yang ia segani atau kagumi.

Oleh karena itu, penjual dapat membangun wibawa atau kredibilitas dengan memberikan layanan ‘premium’ kepada setiap pelanggannya.

Jika pembeli sudah menganggap penjual adalah seseorang yang memang bisa diandalkan, ia akan lebih mudah menerima dan mengolah setiap informasi yang diberikan oleh penjual. Termasuk ketika penjual menginformasikan promo atau produk terbaru.

Selain membangun wibawa secara mandiri, penjual juga dapat mengajak tokoh masyarakat bekerja sama untuk ikut mempromosikan barang dagangannya. Tokoh masyarakat (baik selebritis, maupun orang yang ahli di bidang tertentu) memiliki *authority* yang kuat. Kepercayaan yang dimiliki penggemarnya dapat dinilai tinggi. Sehingga, penjual dapat menggunakannya untuk menggapai pasar yang lebih luas dan efektif. Tokoh masyarakat tersebut bisa menjadi *buzzer*.

4. *Social proof*

Secara psikologis, orang akan lebih mudah memerhatikan suatu hal jika sebagian besar orang-orang yang ada di sekitarnya membicarakan hal tersebut. Media sosial dapat berperan besar di sini. Jika produk yang dijual berkualitas bagus, pembeli pun tidak akan malas untuk memberikan komentarnya terhadap produk tersebut. Penjual dapat memanfaatkan hal ini dengan menggunakan media sosial. Misalnya, meminta pembeli untuk berkomentar di Twitter dengan *me-mention* akun toko *online* atau *hashtag* tertentu.

5. **Disukai**

Dr. Robert mengatakan, jika manusia tertarik dan menyukai seseorang atau suatu hal, ia lebih mudah membuka dirinya dan berinteraksi dengan orang atau produk tersebut. Pemilik toko *online* dapat memanfaatkan hal ini dengan berusaha membuat tokonya disukai oleh calon pembeli. Mulai dari penggunaan desain situs toko *online* yang unik dan menarik, hingga sistem pelayanan toko *online* yang menyenangkan hati pembeli.

Hasil dari kerja praktek di chambers entertainment Bandung sangatlah efektif dalam melakukan promosi yang di konsef dan di setting di kota Bandung yang di tujukan pada khalayak di Sulawesi khususnya Kota Makassar. Dalam buku berjudul “*Influence: The Psychology of Persuasion*”, Dr. Robert Cialdini mengungkapkan;

1. timbal balik yang sangat efektif dilakukan di internal perusahaan maupun external perusahaan yang di lakukan secara *on line*,
2. Komitment chambers Entertainment Hal ini berlaku pada janji yang selalu band-band local maupun internasional .selalu memenuhi setiap atau jaminan yang ia katakan kepada khalayak.

6. *Social proof*

Secara psikologis, orang akan lebih mudah memerhatikan suatu hal jika sebagian besar orang-orang yang ada di sekitarnya membicarakan hal tersebut. Media sosial dapat berperan besar di sini, maka dari itu chambers entertainment langsung terjun ke masyarakat dalam mencari keinginan anak-anak muda di Makassar.