



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **PROSES PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Dalam melakukan praktik kerja magang dalam waktu kurang lebih empat bulan sesuai dengan ketentuan program studi, penulis ditempatkan dalam bagian *Digital Marketing* Sinar Mas Land. Selama melakukan praktik kerja di Sinar Mas Land, penulis dibimbing oleh Nathasya Fransisca Selaku *Social Media Specialist* sejak tanggal 22 Januari 2020 sampai dengan 26 Mei 2020.

Dalam melakukan proses kerja magang, penulis beberapa kali bekerja sama dengan divisi lain di Sinar Mas Land. *Digital Marketing* bekerja sama dengan *Creative in House* dan *Brand Communication Content* dalam mempersiapkan konten program “BCA Expoversary” dan program “Move in Quickly” yang akan dipublikasikan setiap harinya. Bagian *Digital Marketing* khususnya media sosial dibutuhkan juga dalam pembuatan konten video serta alur video.

#### **3.2 Tugas yang Dilakukan**

Praktik kerja magang yang dilakukan selama kurang lebih empat bulan membuat penulis mendapatkan berbagai tugas di bagian Digital Marketing, seperti: membuat konten media sosial, meliputi program BCA Expoversary, dan lain-lain. Seluruh tugas yang didapat penulis selalu mendapatkan bimbingan dan arahan yang sesuai dengan tanggung jawab yang sedang dilakukan. Berikut uraian praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis, yaitu:

Tabel 3.1 Alur Waktu Tugas Utama Praktik Kerja/Magang

No.	Kategori Pekerjaan	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																								
			Jan					Feb					Mar					Apr					Mei				
			4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
1	Pembuatan Ide Konten	Brainstorming Ide																									
		Mencari Gambar																									
		Membuat Caption																									
2	Mengelola Media Sosial	Upload Konten																									
		Membalas Direct Message semua sosial media																									
3	Membuat Laporan	Laporan digital bulanan																									
4	Meeting	Meeting Internal																									
		Meeting Eksternal																									

Sumber: Olahan penulis, 2020

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Tugas Magang

Selama praktik kerja magang di Sinar Mas Land sebagai bagian dari Digital Marketing, penulis menjalankan beberapa aktivitas penting seperti seperti membuat ide konten, pengelolaan media sosial, serta pembuatan laporan bulanan media sosial. Berikut adalah pemaparan pelaksanaan praktik kerja magang yang penulis kerjakan:

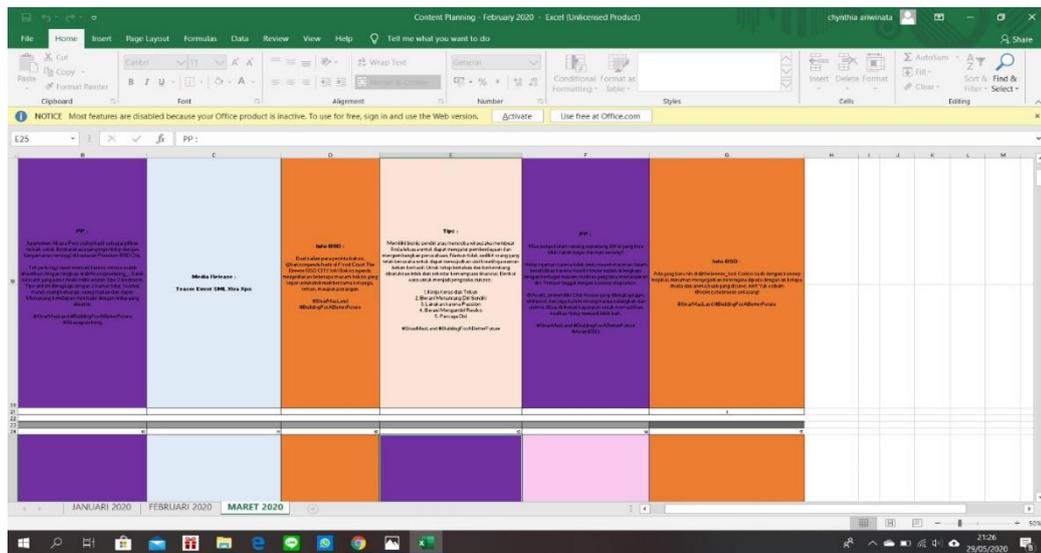
#### 3.3.1 Pembuatan Ide Konten

Konten menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Membuat ide konten merupakan salah satu tugas yang diberikan kepada penulis selama praktik kerja magang di Sinar Mas Land. Berdasarkan data dan fakta yang telah didapatkan, tim merancang konten yang tepat untuk nantinya dipublikasikan di semua media sosial yang dimiliki. Pembuatan ide konten biasanya dilakukan oleh satu tim yang terdiri dari tiga orang yang bertugas dan ahli dalam pembuatan ide konten Sinar Mas Land. Konten-konten yang dibuat harus sesuai dengan profil perusahaan. Ide

konten harus tetap menarik, informatif, dan bisa selalu diingat oleh masyarakat. Biasanya ide konten dibuat setiap hari Jumat untuk nantinya dipublikasikan setiap hari dari hari Senin-Jumat, begitupun seterusnya. Penulis tidak hanya memikirkan dan membuat ide konten, tetapi juga membuat caption apa yang cocok untuk konten yang sudah ditentukan, misalnya konten untuk memperingati hari raya Imlek, konten untuk mengajak masyarakat agar tetap melakukan *Work From Home* dan *Social Distancing* pada saat pandemik seperti sekarang ini, dan lainnya.

Tahap pertama yang dilakukan dalam pembuatan ide konten ialah *brainstorming* mengenai konten yang sesuai dengan profile perusahaan yang nantinya akan di publikasikan di media sosial. Tahap kedua setelah melakukan *brainstorming* ialah mulai mencari beberapa gambar yang sesuai dengan ide yang telah didapatkan. Tahap ketiga ialah memberikan gambar “mentah” kepada *Creative in House* dari Sinar Mas Land untuk diedit dan penulis bertanggung jawab untuk membuatkan *caption* konten tersebut. Gambar dan *caption* yang sudah diedit nantinya akan diserahkan kepada kepala divisi untuk mendapatkan persetujuan. Tahap terakhir ialah pengunggahan konten. Setelah mendapatkan persetujuan dari kepala divisi, konten tersebut akan diunggah di semua *platform* media sosial yang dimiliki oleh Sinar Mas Land.

Gambar 3.1 Screenshot content planning



Sumber: Olahan penulis, 2020

### 3.3.2 Pengelolaan Sosial Media

Drury (dalam Veby Zilfania, 2014: 17) menyebutkan bahwa penggunaan media sosial sudah mulai sering digunakan dalam pemasaran, komunikasi publik, kantor atau departemen yang berhubungan langsung dengan konsumen atau stakeholder.

Bagi sebagian orang belum menyadari bahwa mengelola sebuah *account social media* memerlukan pengelolaan (*management social media*) yang baik dan teratur untuk mencapai tujuan (*goal*) dari kegiatan di media sosial tersebut. Untuk itu diperlukan segenap persiapan sebelum menjalankannya, antara penetapan tujuan, apakah untuk meningkatkan penjualan (*sales*), pencitraan individu (*personal branding*), atau untuk berbagi pembelajaran (*social sharing*).

Pengelolaan media sosial menjadi pekerjaan yang sering penulis lakukan untuk menyebarkan informasi atau mengunggah konten yang sesuai. Saat ini Sinar Mas Land memanfaatkan tiga *platform* media sosial untuk menyebarkan informasi yaitu Instagram dengan *username* @sinarmas\_land, Facebook dengan nama Sinarmasland, dan Twitter

dengan *username* @sinarmas\_land. Konten yang dipublikasikan pada media sosial meliputi program yang akan dan sedang dilakukan oleh Sinar Mas Land, *campaign* Sinar Mas Land dalam menghadapi pandemi *Covid-19*. Tim media sosial juga bekerja sama dengan *agency* iklan dalam pengunggahan konten mengenai program “Move in Quickly”. Tim media sosial nantinya akan memberikan *link* dari setiap konten yang diunggah kepada *agency* iklan untuk dijalankan *ads* nya.

Langkah selanjutnya dalam mengelola media sosial ialah pembuatan *caption*. *Caption* yang dibuat oleh tim media sosial harus diberikan kepada kepala divisi untuk disetujui apakah *caption* tersebut sesuai dengan konten yang akan diunggah mengenai program “Move in Quickly” atau tidak. Persetujuan dibutuhkan agar kepala divisi dapat memonitor dan juga mempertanggung jawabkan kesalahan dari segala sesuatu yang telah diunggah ke media sosial Sinar Mas Land.

Gambar 3.2 *Screenshot* Konten Instagram

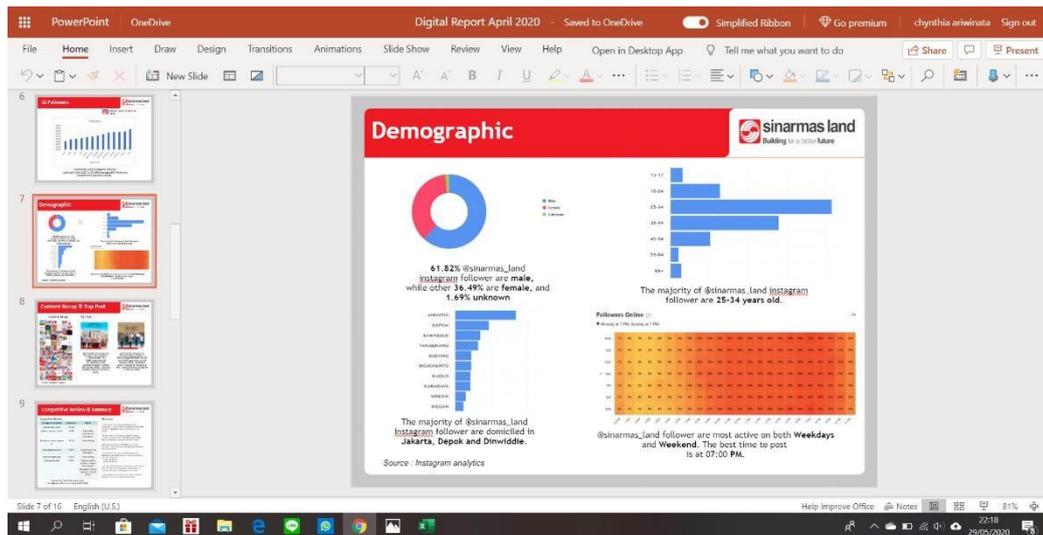


Sumber: Instagram @sinarmas\_land, 2020

### 3.3.3 Pembuatan Laporan Bulanan

Laporan adalah suatu cara komunikasi di mana penulis menyampaikan informasi kepada seseorang atau suatu badan karena tanggung jawab yang dibebankan kepadanya Keraf (2001: 284). Pembuatan laporan bulanan (*Digital Report*) dibuat sebagai bukti bahwa tim *Digital Marketing* khususnya media sosial telah menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Laporan tersebut nantinya akan di *audit* dan di *submit* oleh *Social Media Specialist*. Kemudian laporan yang sudah di *audit* dan di *submit* akan di tanda tangani kepada kepala divisi *Digital Marketing* dan di serahkan kepada CEO dari Sinar Mas Land sebagai bukti bahwa program tersebut berjalan.

Gambar 3.3 *Monthly digital report*



Sumber: Olahan penulis, 2020

### 3.3.4 Ide Campaign

Kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan (Pfau dan Parrot 1993). *Campaign* yang dipublikasikan oleh media sosial Sinar Mas Land berupa *campaign* untuk mempromosikan Sinar Mas Land dan BSD City agar publik yang berdomisili diluar BSD City mengetahui apa saja

yang ada di BSD City. Pada saat itu penulis diminta untuk mencari beberapa *influencer* yang sesuai dengan target program *campaign* tersebut. Penulis memilih Baim Wong, Raditya Dika, Rachel Vennya dan Vicky Alaydrus. Tim memutuskan untuk memilih Raditya Dika beserta Istri dan Anaknya. Menurut Singh (2010) dalam jurnal As'ad, H. Abu-Rumman ada salah satu dimensi dalam *Social Media Marketing* yaitu dimensi *Credibility*. Hal ini mengenai bagaimana sebuah perusahaan dapat membuat dan menyampaikan pesan dengan jelas kepada konsumen dan juga untuk membangun hubungan emosional dengan target pasar, memotivasi terjadinya pembelian dan mendorong terjadinya loyalitas konsumen.

Gambar 3.4 Produksi Materi *Campaign*



Sumber: Dokumentasi penulis, 2020

### **3.4 Uraian Kendala & Solusi dalam Proses Kerja Magang**

Pada saat melakukan praktik kerja magang di Sinar Mas Land sebagai *Social Media Specialist* penulis menemukan beberapa kendala dan solusinya yaitu:

#### **3.4.1 Kendala yang Ditemukan**

1. Jadwal yang tidak terkelola dengan baik. Hal tersebut biasanya terjadi pada saat perusahaan ingin memakai *influencer* untuk menjalankan *campaign* yang akan berlangsung. Terkadang perusahaan memberitahu secara mendadak siapa *influencer* yang akan menjalankan *campaign* tersebut dalam tenggat waktu yang tidak dijelaskan, sehingga tim harus menghubungi dan mengatur jadwal untuk melakukan proses *shooting* dan *meeting* secara mendadak.
2. *Miscommunication*. *Miscommunication* yang biasanya terjadi adalah alur koordinasi pemberian tugas dari bagian lain dan pada saat pembuatan ide konten. Pemberian tugas biasanya diinformasikan secara mendadak 1-2 jam sebelum acara berlangsung, sehingga tugas yang seharusnya telah terjadwal harus diatur kembali sesuai dengan tugas yang baru diberikan. Terkadang pembuatan ide konten juga menjadi kendala selama melakukan kerja magang di Sinar Mas Land. Ide konten yang sudah dibuat untuk seminggu bahkan sebulan kedepan, tidak selalu di publikasikan.

#### **3.4.2 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

1. Ditentukannya tenggat waktu untuk *digital marketing* menghubungi *influencer* serta mengatur ulang jadwal untuk proses *shooting*, *meeting*, dan program *campaign* yang akan dijalankan oleh perusahaan.
2. Kepala departemen sebaiknya menginformasikan tugas dari bagian lain minimal satu hari sebelum acara berlangsung. Lalu ide

konten yang sudah dibuat, jika tidak sesuai bisa saja diganti dengan ide konten lainnya agar dapat dipublikasikan setiap hari di semua *platform* media sosial yang dimiliki.