



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

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan kerja magang di PT Merah Putih Media, berkedudukan sebagai *Marketing Communication Intern* yang memiliki tugas untuk membantu pekerjaan-pekerjaan yang berhubungan dengan klien dari PT Merah Putih Media. Sebagai *Marketing Communication Intern*, diawasi langsung oleh *Head of Marcomm and Sales*, yaitu Ibu Nadia Intan. Divisi *Marketing Communication* memiliki tanggung jawab terhadap bentuk strategi komunikasi dalam mempromosikan produk atau jasanya, seperti pembuatan *media handling*, *event*, *media partner*, dan iklan *web banner*. Divisi ini juga memiliki tanggung jawab dalam menjalin hubungan yang baik dengan *customer* dan calon *customer*.

Semua pekerjaan yang diberikan dapat langsung dilaporkan setelah pekerjaan tersebut selesai. *Head of Marcomm and Sales* yaitu Ibu Nadia Intan akan langsung melakukan evaluasi terkait pekerjaan tersebut. Perkembangan divisi *Marketing Communication* akan dilaporkan dalam *meeting* mingguan yang dipimpin oleh CEO PT Merah Putih Media, yaitu Aang Sunadji setiap hari senin.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1 Uraian Timetable dan Kegiatan Kerja Magang Penulis.

No	Kategori Pekerjaan	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan															
			Jan	Feb				Mar				Apr						
			4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
1	Social Media Marketing	Membuat <i>editorial plan</i> untuk konten di Instagram JSI Resort																
2		Memilih foto, membuat caption, dan mempostingnya ke Instagram JSI Resort																
3		Meeting untuk konten bulanan bersama tim marketing JSI Resort																
4		Membuat konten untuk instagram Kabaroto.com dan Side.id																
5	Media Relation	Membuat <i>ratecard</i> semua media PT Merah Putih Media																
6		Mencari informasi mengenai <i>upcoming event</i> dan <i>approach</i> untuk <i>media partner</i>																
7		Membuat <i>barter package</i>																

Sumber : Dokumen Penulis

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Pelaksanaan Kerja Magang

1) *Social Media Marketing*

Social media atau dalam bahasa Indonesia disebut media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial yang berbasis pada teknologi internet mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu menjadi banyak *audience*. Media sosial telah menyebabkan perubahan signifikan dalam penggunaan alat dan strategi perusahaan yang berkenaan dengan komunikasi pelanggan. Mangold dan Faulds (2009) menyatakan bahwa media sosial menggabungkan karakteristik alat IMC tradisional dengan bentuk yang lebih luas dari *word-of-mouth*, yaitu manajer pemasaran tidak dapat mengontrol konten dan frekuensi informasi tersebut. Oleh sebab itu, perusahaan harus mampu memantau dan menanggapi percakapan, baik positif maupun negatif berkenaan dengan merek.

Perusahaan harus mampu menyampaikan dan memengaruhi diskusi dengan cara yang konsisten dengan misi organisasi. *Social Media Marketing* memungkinkan perusahaan untuk mencapai pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan pelanggan untuk membangun hubungan yang lebih efektif dan efisien. Genelius (2011) menyatakan bahwa tujuan paling umum pemasaran media sosial, yaitu:

- a) Membangun hubungan, kemampuan untuk membangun hubungan dengan konsumen secara aktif,
- b) Membangun merek, melalui media sosial disajikan cara sempurna untuk meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan loyalitas merek,
- c) Promosi, memberikan diskon eksklusif dan peluang untuk audiens untuk membuat orang-orang merasa dihargai dan khusus, serta untuk memenuhi tujuan jangka pendek,
- d) Publisitas, melalui media sosial dengan cara menyediakan *outlet* sehingga perusahaan dapat berbagi informasi penting dan memodifikasi persepsi negatif.

Penulis mendapatkan tugas untuk mengelola konten media sosial instagram JSI Resort. Dalam mengelolanya, langkah pertama yang dilakukan adalah membuat *editorial plan* untuk menentukan tema apa yang akan diangkat pada setiap bulannya. Adapun isi dari *editorial plan*, yaitu *theme, day, date, hour, image, caption, references*, dan status. Pada bagian tema diisi setiap bulannya, sedang yang lain diisi pada setiap minggunya. Tujuan dari tema perbulan adalah untuk menarik perhatian para audiens dan menyesuaikan dengan apa yang banyak dicari pada bulan-bulan tersebut. Setelah ditetapkan sebuah tema, dilanjutkan dengan memilih foto-foto yang

tersedia untuk diunggah di media sosial dan membuat sebuah *caption* yang menarik. Selain itu juga admin media sosial harus menjaga hubungan dan menjalin komunikasi yang baik dengan *followers* akun instagram JSI Resort.

Pada mata kuliah *Media Production & Channel Management* di semester 6 telah mempelajari cara mengelola media sosial. Mulai dari pemilihan *visual* hingga pembuatan *caption* yang menarik perhatian audiens. Mata kuliah ini tidak mempelajari bagaimana cara membuat *editorial plan* untuk media sosial, hanya diajarkan membuat *storyline* dan *storyboard* untuk proses pembuatan film pendek atau iklan yang isinya terdiri dari scene, waktu, narasi atau gambar, dan tempat. Jadi, di dalam mata kuliah ini mempelajari bahwa dalam mengelola media sosial hanya butuh memperhatikan *visual* dan *caption* yang menarik. Sedangkan di dalam kerja magang, *editorial plan* itu menjadi hal utama yang harus diperhatikan untuk mengatur semua konten yang akan *diposting*.

2) *Media Relations*

Dikutip dari buku Sambo (2019), media bisa menjadikan seseorang sebagai raja dalam waktu singkat dan menjadikan gembel dalam waktu singkat harus dimaknai positif. Media masa memang memiliki daya getar dan dapat mengubah opini publik pada citra perusahaan. *Media relations* yaitu usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atau suatu pesan atau informasi dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari perusahaan yang bersangkutan. Secara sederhana, *media relations* berarti hubungan setara atau hubungan timbal balik antara lembaga atau perusahaan dengan media masa dalam makna seluas-luasnya.

Pada mata kuliah *Media Relations & Media Ethics* di semester 4 telah mempelajari cara membangun hubungan baik dengan media. Di dalam mata kuliah ini diajarkan bahwa sebuah perusahaan itu perlu menjalin hubungan baik dengan media, karena media dapat menyampaikan informasi atau pemahaman kepada publik. Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menjaga dan membangun citra perusahaannya. Cara yang harus dilakukan contohnya seperti mengundang media ke *event* perusahaan, memberikan *merchandise* kepada media, dan menjalin komunikasi yang baik dengan media.

Kemudian materi yang disampaikan dalam mata kuliah *Media Relations & Media Ethics* sesuai dengan kenyataan yang telah dilakukan pada saat kerja magang. Untuk menjaga dan membangun hubungan baik dengan media, tim *Marketing Communication*

PT Merah Putih Media selalu mengundang media tertentu untuk hadir pada event yang akan dilaksanakan. Tim *Marketing Communication* juga membuat *merchandise* untuk dibagikan kepada para media yang akan hadir dalam *event* yang diselenggarakan oleh perusahaan. Lalu *feedback* yang di dapatkan adalah para media tersebut menuliskan informasi yang positif mengenai *event* tersebut.

3.3.2 Pekerjaan Tambahan

Selain melakukan pekerjaan-pekerjaan yang sudah dijelaskan sebelumnya, penulis juga mendapatkan pekerjaan tambahan, yaitu:

- a) Mengelola media sosial *event* Perayaan Imlek Nasional 2020. Acara tersebut merupakan acara yang diselenggarakan oleh komunitas COO PT Merah Putih Media.
- b) Divisi *Marketing Communications* ditugaskan untuk mencari data-data rumah sakit di daerah Tangerang dan Tangerang Selatan untuk Merah Putih Foundation mendonasikan APD kepada tim kesehatan.

3.3.3 Kendala dan Solusi

1) Kendala Proses Kerja Magang

Kendala yang dialami, yaitu pada mata kuliah *Media Production & Channel Management* tidak mempelajari tentang pembuatan *editorial plan* sebelum mengunggah konten ke media sosial. Sedangkan pada saat kerja magang, sebelum mengunggah konten ke media sosial, harus membuat *editorial plan* terlebih dahulu. Sehingga tidak ada gambaran untuk proses pembuatan *editorial plan*.

2) Solusi

Setelah mengevaluasi kendala yang dialami, solusi yang dilakukan yaitu mempelajari dan mencari informasi mengenai pembuatan *editorial plan* melalui rekan kerja dan internet.