



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Kerja magang yang dilakukan di ANTZY Brand Community Designer selama 3 bulan ini penulis dikepalai oleh *manager* dari ANTZY Brand Community Designer yaitu Ibu Audrey Widyawinata. Ibu Audrey membimbing penulis dalam melakukan setiap kegiatan mulai dari perkenalan hingga memberikan pertanggung jawaban kepada penulis. Selain itu penulis juga ikut membantu karyawan lain yang membutuhkan. Penulis juga membantu *Account Executive* yaitu Renata Pratiwi.

Dalam kerja magang kali ini penulis ditempatkan sebagai *account junior* dan juga *social media specialist intern*. Karena sebelumnya social media dipegang oleh seorang *freelancer* dan ia sudah mengundurkan diri dari perusahaan maka penulis melakukan *hand over* pekerjaan *social media*. Sepenuhnya penulis membantu pekerjaan *account executive* dan *account manager* dalam menangani klien.

Tugas yang dilakukan oleh penulis adalah: membantu membuat *marketing communication plan*, *strategic counsel*, dan *social media development*. Ketiga pekerjaan tersebut dilakukan setiap minggu-nya dimulai dari minggu kedua bulan Juli hingga minggu kedua bulan Oktober.

	Juli			Agustus					September				Oktober	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Marcom Plan														
Strategic Counsel														
Social Media Development														

Tabel 3.1.1 Tugas

3.2 Tugas yang dilakukan

Selama 3 bulan penulis melakukan kerja magang, berikut adalah yang penulis lakukan setiap minggunya:

3.2.1 Marketing Communication Plan

Marketing Communication Plan														
	Juli			Agustus					September				Oktober	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Handling Event														

Tabel 3.2.1 Marketing Communication Plan

3.2.2 Strategic Counsel

Strategic Counsel														
	Juli			Agustus					September				Oktober	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Mini Research														
Brainstorming														

Tabel 3.2.2 Strategic Counsel

3.2.3 Social Media Development

Social Media Development														
	Juli			Agustus					September				Oktober	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Social Media Plan														
Social Media Report														
Social Media Project														

Tabel 3.2.3 Social Media Development

3.3 Uraian Pelaksanaan

Tugas yang dilakukan penulis selama 3 bulan magang cukup beragam diantaranya:

a. *Marketing Communications Plan*

Marketing Communication merupakan kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dari komunikator

kepada komunikan dan diharapkan dapat menimbulkan efek, yakni adanya perubahan pengetahuan, sikap, dan perubahan tindakan yang dikehendaki (Kennedy & Soemanegara, 2006:5). Dalam menangani kegiatan tersebut, penulis membantu konsultan dalam menangani event management.

Event didefinisikan sebagai fenomena yang muncul dari kejadian-kejadian yang sifatnya non-rutin yang di dalamnya ada unsur hiburan, budaya, personal (khusus) atau tujuan perusahaan yang merupakan bagian dari aktifitas normal/kehidupan sehari-hari. Tujuannya adalah mencerahkan, merayakan, menghibur atau memberikan pengalaman sekelompok orang (Shone & Parry, 2004:3).

Perusahaan membuat *event* promosi untuk membantu mereka berkomunikasi dengan klien dan calon klien. Salah satu *event* yang penulis pernah ikut terjun langsung dalam kegiatannya adalah event di BSD Square: The Spirit of Ramadhan.

Penulis melakukan *database community* yaitu mendata komunitas yang ada di Jakarta dan sekitarnya serta melakukan *community relationship* seperti bertemu dengan ketua komunitas untuk menjalin kerjasama

b. Strategic Counsel

Strategic communication adalah nama lain dari perencanaan komunikasi. Memiliki tujuan dan juga perencanaan

dimana setiap alternatif dipertimbangkan dan keputusan sama besarnya. Strategi komunikasi selalu berdasarkan *research*, biasanya bersifat informasional atau persuasi, tujuan utamanya adalah untuk membangun sebuah pengertian dan mendukung produk dan jasa (Smith, 2009:4). Penulis diberikan kesempatan dari konsultan untuk membantu konsultan dalam memberikan masukan untuk merancang ide tentang perencanaan komunikasi yang efektif.

a. *Mini Research*

Beberapa buku *public relations* banyak menggunakan 4 fase proses ini sebagai acuan dalam strategi *public relations*, contohnya RACE (Research, Action, Communication, Evaluation) yang diciptakan oleh John Marston (1963). *Research* menurut Ronald D. Smith (2009:12) merupakan fokus pada persiapan rencana komunikasi, dimana diperlukan pengumpulan informasi dan juga analisis situasi. Taktik komunikasi bisa saja inovatif tetapi menjadi kurang efektif ketika tidak menjalankan *research* terlebih dahulu. Tanpa *research* maka kemungkinan pesan yang dikirim hanya akan berdampak kecil pada perusahaan dan hanya memberi sedikit ketertarikan kepada publik.

Penulis melakukan *research* seperti yang dilakukan untuk mengolah kembali rencana *marketing communication* BSD Square dengan mengadakan survey. Penulis membantu membuat pertanyaan survey dan membantu pula dalam pengedarannya. Penulis yang menuliskan hasil dari survey tersebut dan menyerahkannya kepada *Account Manager*. Setelah itu penulis mempersiapkan untuk memberiksan materi presentasi kepada klien atas pertanggung-jawaban dari survey yang dilakukan.

b. *Brainstorming*. Menurut businessdictionary.com *brainstorming* dapat diartikan sebagai proses mengumpulkan ide dan solusi dengan diskusi grup. Setiap partisipan boleh mengeluarkan ide tidak peduli seberapa banyak dan masuk akal-nya. Analisis, diskusi, dan juga kritik dapat dilontarkan setelah *brainstorming* usai. Untuk membuat sebuah proposal bagi klien, diperlukan *brainstorming* antara penulis dengan *account manager* maupun *account executive*. Penulis pernah sekali diperkenankan untuk membuat proposal bagi Rose Jewellery dari hasil *brainstorming*. Penulis juga diikutsertakan dalam rapat bersama klien untuk memikirkan program komunitas.

c. *Social Media Development*

Banyak perusahaan kini sudah mulai menyadari *the power of social media*. Alasan mengapa social media sangat efektif daripada marketing biasanya adalah karena perannya yang melakukan komunikasi 2 arah. (Lon Safko, 2012:5)

Penggunaan *social media* biasanya menggunakan beberapa jenis yaitu: *social networking, photo sharing, audio, video, microblogging, livecasting*, dan lain-lain. (Lon Safko, 2012 :9). Salah satu media yang digunakan ANTZY dalam *social media* adalah Twitter.

Twitter adalah sebuah jaringan sosial yang memberikan kesempatan untuk membuat pesan sebanyak 140 karakter atau kurang. Karena Twitter adalah sebuah jaringan dengan member yang ada diseluruh dunia maka besar kemungkinannya ketika anda melakukan posting, orang di Inggris dapat membacanya pula. Inilah yang menjadi salah satu kesempatan bagi perusahaan. (Kyle Lacy, 2010: 10)

Selama melakukan kerja magang, penulis juga memegang bagian *social media* dari ANTZY sebelumnya sudah dipegang oleh orang lain dan per tanggal 1 Agustus 2013 penulis menjadi admin dari *social media* ANTZY yaitu Twitter Antzy, @AntzyCommunity.

Twitter @AntzyCommunity pertama kali di buat pada bulan April 2013 dengan jumlah followers terakhir bulan Juni 2013 adalah

sebanyak 34 followers. Twitter tersebut masih sebatas twitter yang lebih menyajikan informasi dan diharapkan untuk kedepannya twitter tersebut dapat menjadi media publikasi dari ANTZY bagi klien ataupun komunitas yang *follow* twitter tersebut. Penulis berperan sebagai admin dari *social media* dengan melakukan beberapa pekerjaan yaitu:

a. *Social Media Plan*

Penulis diminta oleh *Account Manager* untuk melakukan *social media plan* untuk bulan Agustus, September, dan Oktober. *Social Media Plan* yang dilakukan adalah menentukan topik apa yang hendak ditulis selama 3 bulan tersebut sehingga tidak ada pengulangan dan bentuk tulisan yang dikeluarkan sesuai rencana.

b. *Social Media Report*

Setiap bulannya penulis membuat *social media report* sebagai bentuk pertanggung-jawaban penulis sebagai admin. Report berupa penyerahan bukti tweet selama bulan tersebut dan juga peningkatan *followers*.

c. *Social Media project*

Berhubung jumlah followers dari @AntzyCommunity masih tergolong sedikit, maka *Account Manager* membuat perencanaan untuk menambah

followers yaitu dengan membuat *Project Competition*.

Penulis diminta untuk memberikan ide dalam implementasinya nanti.

Berikut adalah realisasi magang yang telah penulis kerjakan:

Minggu ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
1	Develop Twitter Plan & update database
2	Twitter plan, Handover Twitter/social media
3	Event Preparation, Develop marcom proposal
4	Client Event, Develop client proposal, develop project competition (internal)
5	Handover twitter (1 Agustus 2013)
6	Develop client proposal, survey location for project development
7	Develop Proposal, questionnaire
8	Buat artikel
9	Web development, Survey (Kamis-Jumat), Presentasi Project Team Competition (internal)
10	Web revision, meeting with client
11	Survey report
12	Meeting with client, meeting with community, KPI Antzy socmed
13	September Report

Tabel 3.3.1 Realisasi Magang

3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melakukan kerja magang selama 3 bulan, ada beberapa kendala yang sering penulis temukan dalam perusahaan.

Diantaranya adalah:

a. *Marketing Communication Plan*

Penulis mengalami kendala koordinasi, terutama ketika harus berhubungan dengan bagian desain karena tingginya permintaan desain yang diajukan dari divisi lain. Hal ini mengganggu pekerjaan karena seharusnya bisa selesai lebih awal. Terlebih bila klien banyak meminta terhadap konsultan untuk merevisi desain.

b. *Strategic Counsel*

Dalam melakukan *research*, penulis belum mampu membuat pertanyaan yang lebih mendalam sehingga pertanyaan yang sudah dibuat oleh penulis sebelumnya dikoreksi oleh *account manager*. Ketika melakukan survey tidak semua audience memahami pengisian yang baik sehingga penulis harus bisa beradaptasi dengan audience dan menjelaskannya terlebih dahulu.

Penulis belum terbiasa dalam melakukan *brainstorming*. Penulis lebih melihat dan belajar bagaimana *Account Manager* dan *Account executive* saling bertukar ide.

c. *Social Media Development*

Penulis sempat mengalami kendala ketika penulis harus melakukan *posting* namun penulis sedang tidak ada di depan komputer. Hal ini menjadi terbengkalai sedangkan

Twitter harus terus aktif agar tidak dinilai sebagai Twitter *non-aktif* oleh para *followers*.

Twitter belum menjadi media yang paling diperhatikan. Salah satu *project competition* belum berhasil diimplementasikan karena persiapan yang belum matang sehingga hasilnya dinilai belum cukup maksimal untuk dilakukan.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Setelah melihat kendala yang ditemukan ketika magang, penulis juga belajar banyak dari hal tersebut. Beberapa hal yang mungkin bisa diperbaiki dari kendala tersebut adalah:

- a. Dalam hal menangani masalah koordinasi dengan divisi desain, perusahaan telah merancang *Standard Operation Procedure* (SOP) yang baik sebenarnya. Namun dalam pengerjaannya memang tidak bisa semudah yang telah diatur dalam SOP. Oleh karena itu dari berbagai pihak tentunya harus bisa saling mengerti satu sama lain dan tetap menjalankan SOP dengan ketat.

Dalam hal permintaan klien yang beragam, disitulah sebuah konsultan dituntut kreativitas dan juga

profesionalitasnya untuk menggunakan dan mengembangkan kemampuan yang ada.

- b. Untuk menangani *research* penulis dibantu oleh *account manager* sehingga pertanyaan yang dilontarkan menjadi lebih dalam. Saat melakukan *brainstorming* walaupun penulis masih cenderung diam, *account manager* tetap membimbing penulis dan juga melakukan interaksi untuk membuat penulis terbiasa mengembangkan ide.
- c. Penulis akhirnya menemukan salah satu situs *web* yang dapat mengolah twitter agar bisa secara otomatis melakukan posting walaupun tidak sedang di depan komputer. Dengan adanya *tools* tersebut, penulis cukup menulis apa yang sudah menjadi *twitter plan* dalam minggu itu dan segera menentukan tanggal dan jam.

UMMN