



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

Penulis mengambil praktik kerja magang yang dilaksanakan di Radio Heartline FM sebagai pekerja magang (intern). Di Radio Heartline FM, penulis berada dibawah bimbingan Charles Pindo Rumapea sebagai Business Development Manager yang sekarang sudah menjadi Station Manager. Penulis diberikan pekerjaan sebagai pengelola sosial media Radio Heartline FM.

Tugas yang dilakukan penulis adalah mempromosikan program-program Radio Heartline FM di seluruh sosial media Radio Heartline FM, baik instagram, twitter, maupun facebook.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan penulis berfokus pada mengelola sosial media yang dimiliki Radio Heartline FM baik instagram, facebook, dan twitter. Tugas-tugas yang dilakukan pada saat melaksanakan praktik kerja magang memiliki keterkaitan dengan aktivitas *online public relations*.

Aktivitas *online public relations* memiliki tiga unsur (Young, dan David, 2009, h. 160) yaitu:

1. Platforms

Sebuah kesalahan apabila menganggap konten online tidak dapat diakses oleh berbagai platform yang berbeda, karena berbagai platform yang ada, tampaknya masuk akal untuk menguji sejauh mana platform yang berbeda digunakan, saluran dan konteks yang akan digunakan

Contohnya adalah perbedaan antara komputer dengan laptop. Komputer merupakan sebuah perangkat yang hanya digunakan di rumah atau kantor. Sedangkan laptop bisa digunakan dimana saja, karena laptop bersifat portable dan ringan.

2. Channels

Mengidentifikasi kegunaan dan jangkauan masing-masing channel yang ada. Channel yang dimaksud adalah social media seperti blog, twitter, email, dan lain-lain. Seorang praktisi public relations sebaiknya memilih suatu sosial media yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

3. Context

Mengetahui media yang sering digunakan oleh para konsumen. Sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat menggunakan media yang sesuai dengan target sasaran.

Philip Kotler dalam Rhenald Khasali (2007, h. 48) mengatakan proses penciptaan dan penyampaian nilai kepada konsumen dalam bentuk yang disebut *Segmenting, Targeting, dan Positioning*.

Segmenting atau segmentasi pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur pasar, atau dapat disebut sebagai *mapping strategy* (pemetaan pasar). *Targeting* adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau pasar. Target pasar sangat ditentukan oleh bagaimana anda melihat pasar itu sendiri, dengan demikian pasar yang dilihat dua orang akan berbeda, yang didekati oleh metode segmentasi yang berbeda akan menghasilkan peta yang berbeda pula. Oleh karena itu, struktur-struktur atau kelompok-kelompok yang ada di pasar penting untuk dipahami. Setelah pasar ditentukan, maka proses selanjutnya adalah melakukan *positioning*.

Positioning pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memasuki jendela otak konsumen. Positioning biasanya tidak menjadi masalah dan dianggap tidak penting selama barang-barang yang tersedia dalam

masyarakat tidak begitu banyak, dan persaingan belum menjadi sesuatu yang penting. *Positioning* akan menjadi penting apabila persaingan sudah sangat sengit.

Segmentasi pasar Radio Heartline FM :

- a. Berdasarkan Geografi : Jabodetabek
- b. Berdasarkan Strata Sosial Ekonomi Pendengar

Golongan Atas-Menengah Atas	: 25,5%
Golongan Menengah	: 72,5%
Golongan Bawah	: 2%
- c. Berdasarkan Jenis Kelamin

Pendengar Pria	: 45%
Pendengar Wanita	: 55%
- d. Berdasarkan Musik

Pop Barat	: 80%
Jazz Kontemporary	: 10%
Indonesia Kreatif	: 10%

Targeting Radio Heartline FM :

- a. Pria dan wanita
- b. Srata ekonomi menengah
- c. Umur 20-55 tahun
- d. Umumnya orang yang sudah berkeluarga

Positioning Radio Heartline FM :

Radio Heartline FM menginginkan radionya menjadi radio keluarga, hal ini terlihat dari slogannya yaitu “your family station” dan topik-topik talkshow yang mengangkat tema keluarga.

Radio Heartline FM menggunakan social media sebagai salah satu alat promosi. Social media yang digunakan oleh Radio Heartline FM adalah twitter, facebook dan instagram. Menurut Safko (2010, h. 429) twitter bersifat *one to many*, dimana twitter merupakan layanan jaringan sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan menerima pesan berupa text singkat (140 karakter atau kurang)

Facebook merupakan platform bagi pengguna untuk dengan cepat terhubung dengan teman-teman, keluarga, rekan kerja, dan berbagai jaringan kelompok lainnya (Safko, 2010, h. 449)

3.1 Tabel Segmenting dan Targeting

Acara Radio	Kategori
<p data-bbox="411 1272 882 1305">Gambar 3.1 E-flyer Coffee Morning</p>  <p data-bbox="411 1608 850 1641">Sumber : instagram @heartlinefm</p> <p data-bbox="411 1720 882 1854">E-flyer diatas adalah hasil buatan penulis. Sedangkan E-flyer dibawah merupakan e-flyer radio lain.</p>	 <p data-bbox="1074 1350 1369 1440">Wanita berusia 25-25 tahun</p>  <p data-bbox="1074 1552 1369 1641">Pria berusia 30-35 tahun</p>  <p data-bbox="946 1832 1369 1921">Mayoritas pendengar memiliki status sudah berkeluarga</p>

Gambar 3.2 E-flyer Prambors



Sumber : google.com



Mayoritas pengguna facebook, twitter, dan instagram.

Gambar 3.3 E-flyer Heartline Request



Sumber : instagram @heartlinefm



Wanita dan pria berusia 20-30 tahun



Bekerja di kantor dan ingin mencari hiburan musik sambil melakukan aktivitas bekerja.

E-flyer diatas adalah hasil buatan penulis. Sedangkan E-flyer dibawah merupakan e-flyer radio lain.

Gambar 3.4 E-flyer Hitz FM



Sumber : www.967hitz.fm



Mayoritas pengguna instagram, twitter, dan facebook

Gambar 3.5 E-flyer Bincang Sehat



Sumber : instagram @heartlinefm
E-flyer diatas adalah hasil buatan penulis. Sedangkan E-flyer dibawah merupakan e-flyer radio lain.

Gambar 3.6 E-flyer Volarefm



Sumber : volarefm.com

Gambar 3.7 E-flyer Intim (Informasi, Tips, & Musik)



Sumber : instagram @heartlinefm

E-flyer diatas adalah hasil buatan penulis. Sedangkan E-flyer dibawah merupakan e-flyer radio lain.



Wanita berusia 25-55 tahun



Pria berusia 30-55 tahun



Prioritas = kesehatan (menginginkan hidup sehat)



Mayoritas pengguna twitter, facebook, dan instagram



Wanita berusia 20-30 tahun



Pria berusia 20-30 tahun



Menyukai informasi lifestyle dan musik



Gambar 3.8 E-flyer HitzFM



Sumber : instagram @967hitzfm

Mayoritas pengguna instagram, twitter dan facebook

Gambar 3.9 E-flyer Love At Home




Sumber : instagram @heartlinefm


E-flyer diatas adalah hasil buatan penulis. Sedangkan E-flyer dibawah merupakan e-flyer radio lain.

Gambar 3.10 E-flyer Female Radio



Sumber : femaleradio.co.id

 Wanita berusia 25-40 tahun

 Pria berusia 30-45 tahun

 Menganggap keluarga merupakan prioritas



Mayoritas pengguna twitter, facebook dan instagram.

Berikut ini merupakan klasifikasi pekerjaan per minggu yang dilakukan penulis selama melaksanakan praktik magang di Radio Heartline FM.

Tabel 3.2 Pekerjaan yang Dilakukan

Minggu ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
1	a. Menyusun strategi public relations b. <i>Collecting data</i> untuk marketing
2	a. <i>Collecting data</i> mengenai properti, rumah sakit dan yayasan anak
3	a. <i>Social media</i> b. Proposal sponsorship sederhana
4	a. <i>Social media</i> b. <i>Campaign public relations</i>
5	a. <i>Social media</i> b. Laporan <i>social media</i> c. Artikel untuk website
6	a. <i>Social media</i> b. Artikel untuk website c. Laporan <i>social media</i>
7	a. <i>Social media</i> b. Laporan <i>social media</i>
8	a. <i>Social media</i> b. <i>Create page facebook</i>
9	a. <i>Social media</i> b. Laporan <i>social media</i>
10	a. <i>Social media</i>

Dibawah ini merupakan lampiran laporan sosial media per minggu yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang di Radio Heartline FM :

**Laporan Sosial Media
4 Desember 2015**

Instagram : 1.051 followers
 Twitter : 6.133 followers
 Facebook : 5.000 friends
 Fan page : 2.431 likes + 4 likes this week

KONTEN			
Twitter	Facebook	Fanpage	Instagram
30 Nov 2015 Posting foto untuk menyapa para pendengar (Connect from instagram)	30 Nov 2015 Posting foto untuk menyapa para pendengar (Connect from instagram)	30 Nov 2015 Posting foto untuk menyapa para pendengar (Connect from instagram)	30 Nov 2015 Posting foto untuk menyapa para pendengar = 19 likes
30 Nov 2015 Posting foto untuk promosi program Love at Home (Connect from	30 Nov 2015 Posting foto untuk promosi program Love at Home (Connect from instagram)	30 Nov 2015 Posting foto untuk promosi program Love at Home (Connect from instagram)	30 Nov 2015 Posting foto untuk promosi program Love at Home = 16 likes

instagram)			
1 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Love At Home (Connect from instagram)	1 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Love At Home (Connect from instagram)	1 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Love At Home (Connect from instagram)	1 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Love At Home = 21 likes
1 Des 2015 Promo event joylicious Tangcity (Connect from instagram)	1 Des 2015 Promo event joylicious Tangcity = 1 likes (Connect from instagram)	1 Des 2015 Promo event joylicious Tangcity = 1 likes (Connect from instagram)	1 Des 2015 Promo event joylicious Tangcity = 11 likes
2 Des 2015 Promo Edu Talk (Connect from instagram)	2 Des 2015 Promo Edu Talk (Connect from instagram)	2 Des 2015 Promo Edu Talk (Connect from instagram)	2 Des 2015 Promo Edu Talk = 17 likes dan 1 comment
2 Des 2015 Promo program Love At Home (Connect from instagram)	2 Des 2015 Promo program Love At Home = 2 likes (Connect from instagram)	2 Des 2015 Promo program Love At Home (Connect from instagram)	2 Des 2015 Promo program Love At Home = 17 likes dan 1 comment

3 Des 2015 Promo program Love At Home (Connect from instagram)	3 Des 2015 Promo program Love At Home = 1 likes (Connect from instagram)	3 Des 2015 Promo program Love At Home (Connect from instagram)	3 Des 2015 Promo program Love At Home = 22 likes
3 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Heartline Request (Connect from instagram)	3 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Heartline Request (Connect from instagram)	3 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Heartline Request = 1 likes (Connect from instagram)	3 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Heartline Request = 20 likes
4 Des 2015 Promo program Coffee Morning (Connect from instagram)	4 Des 2015 Promo program Coffee Morning = 1 likes (Connect from instagram)	4 Des 2015 Promo program Coffee Morning (Connect from instagram)	4 Des 2015 Promo program Coffee Morning = 15 likes

BBM

- Untuk *broadcast* info atau promo program.

- Jika ada pertanyaan dari pendengar diusahakan dijawab secepat dan selengkap mungkin.
- Status BBM diusahakan disesuaikan dengan program yang sedang berjalan.

Laporan Sosial Media

11 Desember 2015

Instagram : 1.058 followers

Twitter : 6.133 followers

Facebook : 5.000 friends

Fan page : 2.431 likes

KONTEN			
Twitter	Facebook	Fanpage	Instagram
7 Des 2015 Posting artikel hiburan (Connect from instagram)	7 Des 2015 Posting artikel hiburan (Connect from instagram)	7 Des 2015 Posting artikel hiburan (Connect from instagram)	7 Des 2015 Posting artikel hiburan = 9 likes
Promo event Christmas Alam Sutera	Promo event Christmas Alam Sutera = 2 likes (Connect from Twitter)	Promo event Christmas Alam Sutera (Connect from Twitter)	
8 Des 2015 Posting Wisuda	8 Des 2015 Posting Wisuda	8 Des 2015 Posting Wisuda	8 Des 2015 Posting Wisuda

Yapindo Jakarta (Connect from instagram)	Yapindo Jakarta (Connect from instagram)	Yapindo Jakarta (Connect from instagram)	Yapindo Jakarta = 15 likes
Promosi event Christmas Tangcity Posting untuk promosi acara bincang sehat with in harmony clinic (Connect from instagram)	Promosi event Christmas Tangcity = 1 likes (Connect from Twitter) Posting untuk promosi acara bincang sehat with in harmony clinic (Connect from instagram)	Promosi event Christmas Tangcity = 2 likes (Connect from Twitter) Posting untuk promosi acara bincang sehat with in harmony clinic = 2 likes (Connect from instagram)	Posting untuk promosi acara bincang sehat with in harmony clinic = 10 likes
9 Des 2015 Posting Foto untuk Pemilu serentak 2015 = 1 retweet (Connect from instagram)	9 Des 2015 Posting Foto untuk Pemilu serentak 2015 (Connect from instagram)	9 Des 2015 Posting Foto untuk Pemilu serentak 2015 (Connect from instagram)	9 Des 2015 Posting Foto untuk Pemilu serentak 2015 = 15 likes dan 1 comment
10 Des 2015 Posting	10 Des 2015 Posting quotes	10 Des 2015 Posting quotes	10 Des 2015 Posting quotes

quotes foto untuk menyapa Heartlisteners (Connect from instagram)	foto untuk menyapa Heartlisteners = 3 likes (Connect from instagram)	foto untuk menyapa Heartlisteners (Connect from instagram)	foto untuk menyapa Heartlisteners = 15 likes
Posting flyer rise and shine (Connect from instagram)	Posting flyer rise and shine (Connect from instagram)	Posting flyer rise and shine (Connect from instagram)	Posting flyer rise and shine = 20 likes
Posting artikel ide untuk pohon natal	Posting artikel ide untuk pohon natal (Connect from Twitter)	Posting artikel ide untuk pohon natal = 1 likes (Connect from Twitter)	Posting foto wisuda yapindo Jakarta = 16 likes
Promo event Christmas Alam Sutera	Promo event Christmas Alam Sutera = 1 likes (Connect from Twitter)	Promo event Christmas Alam Sutera = 1 likes (Connect from Twitter)	
Posting foto wisuda yapindo Jakarta = 1 love (Connect from instagram)	Posting foto wisuda yapindo Jakarta (Connect from instagram)	Posting foto wisuda yapindo Jakarta (Connect from instagram)	

11 Des 2015 Posting quotes untuk menyemangati Heartlisteners (Connect from instagram)	11 Des 2015 Posting quotes untuk menyemangati Heartlisteners (Connect from instagram)	11 Des 2015 Posting quotes untuk menyemangati Heartlisteners (Connect from instagram)	11 Des 2015 Posting quotes untuk menyemangati Heartlisteners = 12 likes
--	--	--	---

BBM

- Untuk *broadcast* info atau promo program.
- Jika ada pertanyaan dari pendengar diusahakan dijawab secepat dan selengkap mungkin.
- Status BBM diusahakan disesuaikan dengan program yang sedang berjalan.

Laporan Sosial Media 18 Desember 2015

Instagram : 1.067 followers

Twitter : 6.138 followers

Facebook : 5.000 friends

Fan page : 2.433 likes

KONTEN			
Twitter	Facebook	Fanpage	Instagram
14 Des 2015 Posting foto untuk promosi	14 Des 2015 Posting foto untuk promosi	14 Des 2015 Posting foto untuk promosi	14 Des 2015 Posting foto untuk promosi

<p>program Coffee Morning (Connect from Instagram)</p> <p>Posting artikel mengenai tips makeup untuk Natal</p> <p>Posting promo Heartline Request</p>	<p>program Coffee Morning = 8 likes (Connect from Instagram)</p> <p>Posting artikel mengenai tips makeup untuk Natal (Connect from Twitter)</p> <p>Posting promo Heartline Request = 2 likes (Connect from Twitter)</p>	<p>program Coffee Morning</p> <p>Posting artikel mengenai tips makeup untuk Natal</p> <p>Posting promo Heartline Request</p>	<p>program Coffee Morning = 19 likes</p>
<p>15 Des 2015 Posting foto untuk menyapa heartlisteners (Connect from Instagram)</p> <p>Posting event Alam Sutera</p>	<p>15 Des 2015 Posting foto untuk menyapa heartlisteners = 5 likes (Connect from Instagram)</p> <p>Posting event</p>	<p>15 Des 2015 Posting foto untuk menyapa heartlisteners</p> <p>Posting event Alam Sutera</p>	<p>15 Des 2015 Posting foto untuk menyapa heartlisteners = 27 likes</p> <p>Posting foto untuk promosi program Bincang Sehat</p>

Posting program Heartline Request	Alam Sutera = 1 likes (Connect from Twitter)	Posting program Heartline Request	with In Harmony Clinic = 18 likes
Posting foto untuk promosi program Bincang Sehat with In Harmony Clinic (Connect from Instagram)	Posting program Heartline Request = 1 likes (Connect from Twitter) Posting foto untuk promosi program Bincang Sehat with In Harmony Clinic = 5 likes (Connect from Instagram)	Posting foto untuk promosi program Bincang Sehat with In Harmony Clinic	
16 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Edu Talk (Connect from Instagram)	16 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Edu Talk (Connect from Instagram)	16 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Edu Talk Posting event Tangcity Mall	16 Des 2015 Posting foto untuk promosi program Edu Talk = 11 likes Posting

Posting event Tangcity Mall = 1 Retweet dan 1 love	Posting event Tangcity Mall (Connect from Twitter)	Posting artikel tips agar tubuh tidak lesu	program Rise and Shine = 15 likes
Posting artikel tips agar tubuh tidak lesu	Posting artikel tips agar tubuh tidak lesu = 1 likes (Connect from Twitter)	Posting program Rise and Shine	
Posting program Rise and Shine = 1 Retweet	Posting program Rise and Shine = 4 likes (Connect from Twitter)		
17 Des 2015 Posting foto untuk menyapa Heartlisteners (Connect from Instagram)	17 Des 2015 Posting foto untuk menyapa Heartlisteners = 17 likes and 3 share (Connect from Instagram)	17 Des 2015 Posting foto untuk menyapa Heartlisteners	17 Des 2015 Posting foto untuk menyapa Heartlisteners = 24 likes dan 1 comment
Posting artikel tentang tips menghadapi bad day di	Posting artikel tentang tips	Posting artikel tentang tips menghadapi bad day di kantor	Posting foto program Love At Home = 17 likes

<p>kantor = 2 retweet dan 1 love</p> <p>Posting foto program Love At Home (Connect from Instagram)</p>	<p>menghadapi bad day di kantor (Connect from Twitter)</p> <p>Posting foto program Love At Home = 1 likes (Connect from Instagram)</p>	<p>Posting foto program Love At Home</p>	
<p>18 Des 2015</p> <p>Posting foto untuk menyapa Heartlisteners (Connect from Instagram)</p> <p>Posting event Mall Alam Sutera</p> <p>Posting untuk promo Heartline Request</p>	<p>18 Des 2015</p> <p>Posting foto untuk menyapa Heartlisteners = 4 likes dan 1 share (Connect from Instagram)</p> <p>Posting event Mall Alam Sutera = 2 likes (Connect from Twitter)</p> <p>Posting untuk</p>	<p>18 Des 2015</p> <p>Posting foto untuk menyapa Heartlisteners</p> <p>Posting event Mall Alam Sutera</p> <p>Posting untuk promo Heartline Request</p>	<p>18 Des 2015</p> <p>Posting foto untuk menyapa Heartlisteners = 22 likes</p>

	promo Heartline Request (Connect from Twitter)		
--	--	--	--

BBM

- Untuk *broadcast* info atau promo program.
- Jika ada pertanyaan dari pendengar diusahakan dijawab secepat dan selengkap mungkin.
- Status BBM diusahakan disesuaikan dengan program yang sedang berjalan.

Laporan Sosial Media 8 Januari 2016

Instagram : 1.088 followers

Twitter : 6.155 followers

Facebook : 5.000 friends

Fan page : 2.437 likes

KONTEN			
Twitter	Facebook	Fanpage	Instagram
4 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para	4 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi	4 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus	4 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus

pendengar sekaligus promosi program Coffee Morning	program Coffee Morning = 13 likes	promosi program Coffee Morning	promosi program Coffee Morning = 21 likes
5 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi program Coffee Morning Posting foto untuk promosi program Bincang Sehat	5 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi program Coffee Morning = 1 likes Posting artikel mengenai kesalahan dalam bekerja = 1 likes Promosi Heartline Request = 2 likes Posting foto untuk promosi program Bincang Sehat =	5 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi program Coffee Morning Posting artikel mengenai kesalahan dalam bekerja Posting foto untuk promosi program Bincang Sehat	5 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi program Coffee Morning = 18 likes Posting foto untuk promosi program Bincang Sehat = 13 likes

	1 likes Posting untuk promosi program BISSIK = 1 likes		
6 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi streaming Heartline FM	6 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi streaming Heartline FM Posting promo Heartline Request = 4 likes	6 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi streaming Heartline FM	6 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi streaming Heartline FM = 16 likes dan 2 comment
7 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi	7 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi program Coffee Morning = 2 likes	7 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi program Coffee	7 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi program Coffee

program Coffee Morning Posting foto untuk promosi website jodoh Kristen Posting foto untuk promosi Seminar Scientific Feng Shui	Posting foto untuk promosi website jodoh Kristen = 2 likes Posting quotes = 2 likes Posting promosi Heartline Request = 1 likes Posting foto untuk promosi Seminar Scientific Feng Shui = 1 likes Posting promo Bincang Sehat = 3 likes Posting untuk promosi program BISSIK	Morning = 1 likes Posting foto untuk promosi website jodoh Kristen = 2 likes Posting quotes Posting foto untuk promosi Seminar Scientific Feng Shui Posting promo Bincang Sehat Posting untuk promosi program BISSIK	Morning = 19 likes Posting foto untuk promosi website jodoh Kristen = 22 likes Posting foto untuk promosi Seminar Scientific Feng Shui = 11 likes
8 Januari 2016 Posting foto	8 Januari 2016 Posting foto untuk menyapa	8 Januari 2016 Posting foto untuk	8 Januari 2016 Posting foto untuk

untuk menyapa para pendengar sekaligus promosi streaming Heartline FM	para pendengar sekaligus promosi streaming Heartline FM	menyapa para pendengar sekaligus promosi streaming Heartline FM	menyapa para pendengar sekaligus promosi streaming Heartline FM = 13 likes
---	---	---	--

BBM

- Untuk *broadcast* info atau promo program.
- Jika ada pertanyaan dari pendengar diusahakan dijawab secepat dan selengkap mungkin.
- Status BBM diusahakan disesuaikan dengan program yang sedang berjalan.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama melaksanakan praktik kerja magang di Radio Heartline FM, penulis bertugas untuk mengelola sosial media. Seluruh konten yang di *upload* oleh penulis ada kaitannya dengan program-program yang dilaksanakan oleh Radio Heartline FM. Beberapa konten yang di *upload* oleh penulis merupakan sebuah gambar sederhana yang bertuliskan program Radio Heartline FM. Tujuan dari konten-konten yang diupload oleh penulis adalah agar pendengar Radio Heartline FM bertambah dan sekaligus mengedukasi para pendengar untuk mendengarkan siaran melalui streaming via website

3.4 Kendala yang Ditemukan

Pada saat melaksanakan praktik kerja magang di Radio Heartline FM sebagai online public relations, dimana tugas penulis berfokus pada

pengelolaan social media seperti facebook, twitter dan instagram, peneliti menghadapi kendala ketika konten yang harus diupload tidak ada. Contohnya ketika penulis ingin mengunggah flyer salah satu program Radio Heartline FM yaitu “Coffee Morning”, flyer yang disediakan oleh pihak Radio Heartline FM merupakan flyer lama , dimana flyer tersebut menampilkan foto penyiar lama yang sudah tidak membawakan acara Coffee Morning. Banyak flyer yang disediakan oleh Radio Heartline FM merupakan flyer lama sehingga hal ini menjadi salah satu kendala bagi penulis untuk mengatur konten yang sebaiknya di upload di social media Radio Heartline FM

Hal lain yang menjadi kendala penulis adalah kurangnya koordinasi mengenai konten apa yang sebaiknya di upload setiap harinya, sehingga penulis harus mencari konten yang sebaiknya di upload di social media Radio Heartline FM.

3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

a. Flyer

Ada baiknya apabila flyer setiap program acara di perbaharui setiap beberapa bulan sekali. Sehingga konten yang dapat di upload di social media lebih banyak.

b. Koordinasi

Sebaiknya pengelolaan social media sudah dibuatkan jadwal selama sebulan setiap awal bulan, sehingga konten yang harus di upload bervariasi dan menarik minat pendengar untuk berpartisipasi.