



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

Selama periode pelaksanaan kerja magang di PT. Inovasi Dunia Kreasi, penulis ditempatkan di divisi *public* dan *investor relationship*. Tanggung jawab dan koordinasi selama proses magang berlangsung berada di bawah bimbingan Bapak Sumarpung Halim selaku kepala divisi *public* dan *investor relationship*. *Job desk* yang diberikan kepada penulis adalah mengelola dan memonitor media *online* dalam konteks *public relations* (PR).

3.2 TUGAS YANG DILAKUKAN

Selama melakukan kerja magang di divisi *public* dan *investor relationship*, tugas yang dilakukan oleh penulis ialah mengelola dan memonitor Facebook dan Twitter Sirklet, membuat *press release*, dan membuat *tagline*.

Pekerjaan rutin yang dilakukan oleh penulis yaitu mengelola dan memonitor Twitter dan Facebook Sirklet. Berikut ini tabel aktivitas kerja magang di PT. Inovasi Dunia Kreasi:

TABEL 3.1 AKTIVITAS KERJA MAGANG MARET – JUNI 2014

Kegiatan yang Dilakukan Penulis	Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Online Media</i>																
- Mengelola media <i>online</i>																
- <i>Monitoring</i> media <i>online</i>																
Membuat <i>Press</i> <i>Release</i>																
Membuat <i>Tagline</i>																

Sumber: Hasil Magang 2014

Keterangan: Dikerjakan Penulis

3.3 PEMBAHASAN

3.3.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut uraian kerja magang yang dijalankan oleh penulis selama melakukan kerja magang di PT. Inovasi Dunia Kreasi:

a. *Online Media*

Teknologi internet mengalami perkembangan terus dengan munculnya berbagai macam fasilitas untuk mengakses informasi. Perkembangan terakhir adalah digunakannya sebagai media sosial (*social network*) melalui Facebook, Twitter, Blog (*my space*), LinkedIn (bisnis dan profesional), Friendster,

devianART (*digital art*), Wayn dan Couchsurfing (*traveling*), Flickr (berbagi foto) (Cangara, 2013:130).

Internet menyediakan peluang bagi pemasar dan *customer* untuk saling berinteraksi dalam level individual atau personal (Kotler & Keller; 2012:540).Pertumbuhan internet yang sangat cepat telah mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dan cara perusahaan berkomunikasi dan berinteraksi dengan konsumen (Morissan, 2010: 15).

Menurut Kotler dan Keller (2012: 548) jejaring sosial menjadi salah satu sarana yang paling penting baik dalam kegiatan pemasaran yang bersifat *business to business* maupun *business to consumer*.Twitter misalnya yang memungkinkan adanya respon yang cepat dari perusahaan. Selain itu, jejaring sosial juga memungkinkan konsumen untuk terikat pada suatu merek secara lebih dalam dan luas. Berikut ini kegiatan *online media* yang dilakukan penulis selama melakukan kerja magang:

1) Mengelola media *online*

Pemanfaatan media *online* melalui Facebook dan Twitter dijalankan sejak penulis melakukan kerja magang di PT. Inovasi Dunia Kreasi.Tujuan dari pemanfaatan media *online* tersebut yaitu untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Sirklet.Adapun aktivitas yang dilakukan penulis selama mengelola kedua akun sosial media tersebut:

a) Membuat *posting plan*

Sebelum mem-*posting* mengenai Sirklet di Twitter dan Facebook, penulisterlebih dahulu membuat *posting plan*.Materi untuk membuat *posting*

plan berasal dari judul forum dan sub forum Sirklet diantaranya: hukum dan politik, anime dan komik, Jakarta baru, fotografi, basket, bulu tangkis, pendidikan, kesehatan dan keluarga, karir dan pekerjaan serta jalan-jalan.

Selain itu, materi yang digunakan untuk membuat *posting plan* juga berasal dari *quote* lucu, motivasi, dan patah hati. Pertama, penulis mencari *quote* lucu, motivasi, dan patah hati melalui internet. Kemudian, *quote* tersebut dikirimkan ke kepala divisi *public* dan *investor relationship*. Dalam hal ini, tugas penulis hanya sebatas mengumpulkan *quote* lucu, motivasi, dan patah hati.

Posting plan yang telah dibuat, kemudian dikirimkan ke kepala divisi *public* dan *investor relationship* untuk disetujui.

b) *Posting* mengenai Sirklet di Twitter dan Facebook

Setelah *posting plan* yang dibuat mendapatkan persetujuan kepala divisi, barulah penulis mulai meng-*update posting* di akun Twitter @sirklet dan di komunitas yang terdapat di Facebook Sirklet. Adapun contoh *tweet* yang dibuat oleh penulis untuk akun Twitter @sirklet adalah:

U
M
M
N

GAMBAR 3.1 POSTING DI TWITTER

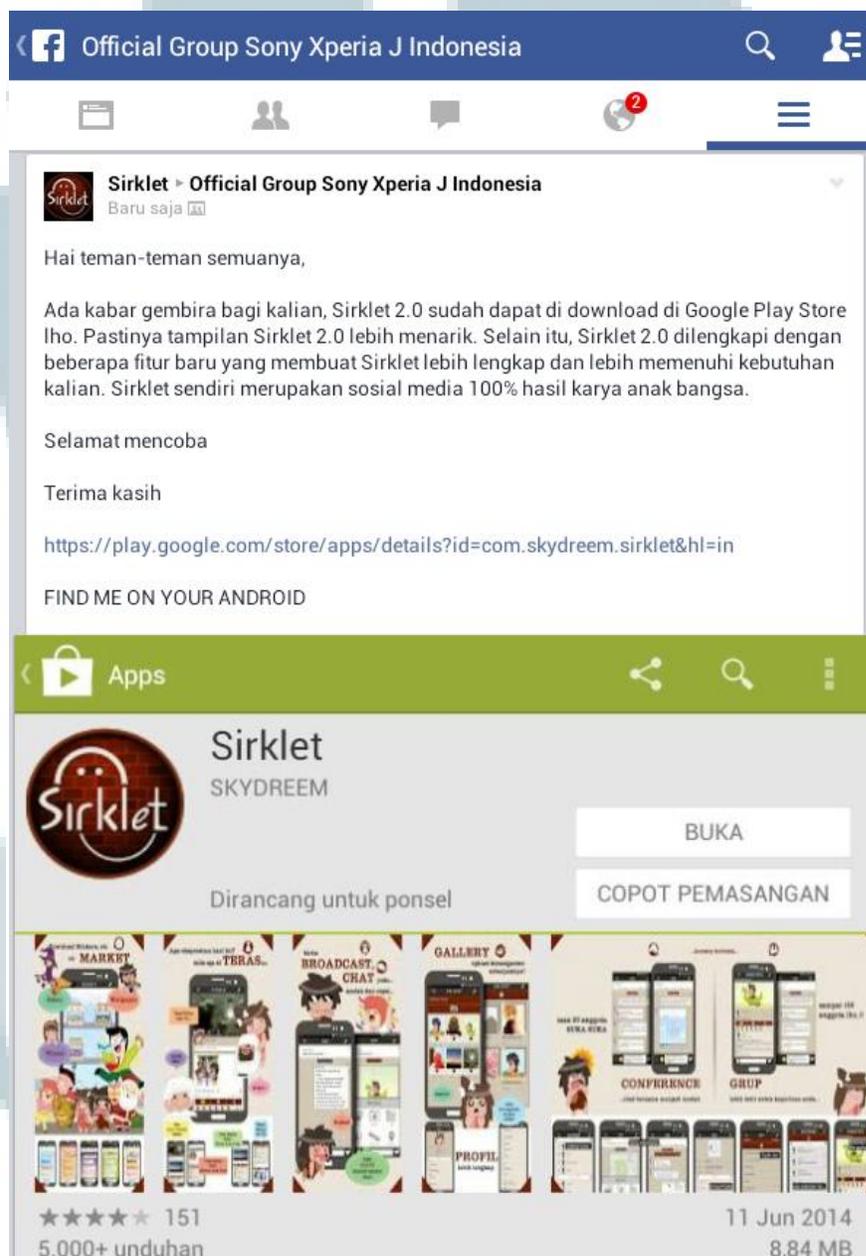


GAMBAR 3.2 POSTING QUOTE DI TWITTER



Sedangkan untuk akun Facebook Sirklet, penulis melakukan *posting* di komunitas yang terdapat di Facebook Sirklet diantaranya: komunitas android, anime dan komik, fotografi, basket, dan film. Contoh *posting* di komunitas android yang terdapat di Facebook Sirklet yang dibuat oleh penulis yaitu:

GAMBAR 3.3 POSTING DI KOMUNITAS ANDROID



c) Membalas *mention* dan komentar

Selama mengelola akun Twitter @sirklet dan Facebook Sirklet, penulis diberikan wewenang untuk membalas *mention* yang masuk seperti pertanyaan dari *followers* seputar Sirklet dan membalas komentar maupun pesan langsung dari anggota komunitas yang terdapat di Facebook seputar Sirklet.

2) Memonitor media online

Selain mengelola akun Twitter @sirklet dan Facebook Sirklet, penulis juga memonitor kedua akun tersebut dengan cara melihat jumlah *follower*, *retweet*, *favorite* pada akun Twitter @sirklet dan melihat jumlah *like* dan komentar pada akun Facebook Sirklet. Perkembangan akun Twitter @sirklet dan Facebook Sirklet yang dikelola penulis dapat dilihat melalui mesin pencarian (*search engine*) seperti Google.

Hingga periode magang selesai, kedudukan kedua akun sosial media tersebut mengalami peningkatan. Dimana akun Twitter @sirklet menempati peringkat ke dua di halaman pertama dan untuk akun Facebook Sirklet menempati peringkat ke empat di halaman pertama mesin pencarian.

b. Membuat *Press Release*

Press release atau siaran pers menurut Soemirat dan Ardianto (2004: 90) adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *public relations* (PR) suatu organisasi atau perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa (tv, radio, media cetak, media *online*) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

Menurut Shimp (2010:537-538) terdapat tiga jenis publisitas melalui *press release* yaitu *product releases*, *feature articles*, dan *executive-statementreleases*. *Product releases* adalah jenis *pressrelease* yang mengumumkan produk-produk baru, memberikan informasi yang relevan mengenai fitur dan manfaat produk, dan memberitahukan kepada *customer* bagaimana informasi tambahan dapat diperoleh.

Feature articles berisi penjelasan mengenai produk ataupun kegiatan yang layak diberitakan dan ditujukan untuk segera dipublikasikan melalui media cetak, elektronik dan situs internet yang relevan. Sementara *executive-statement releases* memuat mengenai pernyataan dari *CEO* ataupun eksekutif perusahaan lainnya yang menyangkut berbagai isu yang berkaitan dengan publik perusahaan.

Penulis berkesempatan untuk membuat *press release* dalam bentuk *product releases*. Pembuatan *press release* tersebut dilakukan dalam rangka peluncuran Sirklet 2.0. Sebelum dipublikasikan, *press release* yang dibuat oleh penulis terlebih dahulu dikirimkan ke kepala divisi *public* dan *investor relationship* untuk disetujui. Akan tetapi, *press release* ini masih berada ditahap *approve*. Berikut adalah contoh *press release* yang dibuat oleh penulis yaitu:

GAMBAR 3.4 PRESS RELEASE SIRKLET 2.0



PT. INOVASI DUNIA KREASI
Alam Sutera Town Center 10F/ 32
Telp: 021- 2921-1552

Hal : *Launching* Produk
Sifat : Penting

Inovasi Dunia Kreasi Luncurkan Sirklet 2.0

PT. Inovasi Dunia Kreasi meluncurkan Sirklet 2.0 pada Kamis (5/6). Aplikasi sosial media yang terdapat di Google Play Store ini merupakan upaya untuk mempertahankan produk Indonesia.

Sirklet 2.0 adalah produk dalam negeri dengan inovasi dan kualitas yang world-class. Sosial media 100% hasil karya anak bangsa ini dilengkapi dengan fitur-fitur menarik diantaranya *terrace, gallery, broadcast, market, wallframe, group, forum*.



c. Membuat *Tagline*

Tagline sering disebut juga slogan. Menurut Ruslan (2008: 110) slogan merupakan ungkapan kata-kata atau kalimat yang dibuat secara ringkas, *to the point* dan padat, serta mudah diingat atau diucapkan tentang suatu nama atau logo produk atau perusahaan dan sebagainya.

Slogan pada dasarnya adalah frase pendek yang memberikan deskripsi atau informasi dari suatu merek. Jadi, suatu slogan dapat memberikan gambaran kepada *marketer* mengenai intisari dari suatu merek dan kepada konsumen dapat memberikan informasi singkat yang membuat suatu merek memiliki keunikan. Slogan ini biasanya dimunculkan dalam iklan-iklan dari merek produk tersebut atau kadang-kadang juga ditulis dalam kemasan. Sama seperti

nama merek, slogan adalah elemen dari merek yang memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan daya tarik suatu produk (Irawan, 2007: 75).

Penulis berkesempatan membuat *tagline* untuk produk pertama PT. Inovasi Dunia Kreasi yang bernama Sirklet. Sebelum membuat *tagline*, penulis mencari tahu mengenai cara membuat *tagline* yang baik di beberapa artikel yang terdapat di internet.

Sebelum dipublikasikan, beberapa *tagline* yang dibuat oleh penulis terlebih dahulu dikirimkan ke kepala divisi *public* dan *investor relationship* untuk disetujui. Akan tetapi, *tagline* ini masih berada ditahap *approve*. Beberapa *tagline* yang dibuat penulis diantaranya: (1) *The complete messenger application for smartphone*, (2) *Complete Easy Comfortable* (3) Berteman lebih mudah, (4) Komunikasi lebih nyaman.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Pengelolaan media *online* di PT. Inovasi Dunia Kreasi belum dilakukan secara optimal karena belum adanya perencanaan yang baik dalam mengelola pesan melalui media *online* serta standarisasi dalam pengelolaan pesan yang akan disampaikan kepada publik. Sehingga cukup sulit untuk melakukan pengenalan produk perusahaan tersebut kepada publik. Padahal media *online* sarana yang paling tepat dan penting untuk menunjang kegiatan *public relations* (PR).

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdiskusi dengan kepala divisi *public* dan *investorrelationship* mengenai implementasi media *online* dalam mengelola pesan. Mem-*posting* mengenai Sirklet di Twitter dan Facebook Sirklet secara rutin untuk meningkatkan keaktifan akun sosial media Sirklet. Selain itu, mem-*posting* mengenai *quote* lucu, motivasi, dan patah hati yang disertai gambar stiker Sirklet di Twitter dan menyertakan gambar setiap mem-*posting* di akun Facebook Sirklet dan Twitter Sirklet. Solusi lain yaitu sebaiknya pihak perusahaan membuat standarisasi dari pesan yang akan disampaikan ke publik dan mengemas pesan tersebut dengan tambahan gambar atau kata-kata yang dapat menarik perhatian publik khususnya para remaja yang saat ini sering menggunakan media *online*.

UMMN