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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama praktik kerja magang di PT XC Cleanindo dalam Divisi Digital Transformasi di bawah pengawasan Laydies Nanda selaku Manajer Digital Transformasi. Tanggung jawab yang diberikan adalah mengelola media sosial iCLEAN, mulai dari pembuatan konten hingga mengunggah konten. Selain itu peserta praktik kerja magang harus berkomunikasi langsung dengan pelanggan melalui DM (*Direct Message*) di Instagram dan *messenger* Facebook.

Proses koordinasi diawali dengan pemberian tugas dari pembimbing lapangan untuk dikerjakan sesuai dengan waktu pengumpulan yang sudah ditentukan. Selanjutnya, pembimbing lapangan akan melakukan revisi dan memberikan *review* dari hasil tugas yang telah diselesaikan. Dalam proses pengerjaan tugas, koordinasi dengan divisi desain juga dibutuhkan untuk proses pembuatan konten pendukung. Konten yang dikirimkan dari divisi desain, akan dikirimkan kepada pembimbing lapangan untuk ditinjau.

3.2 Tugas Yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan di Divisi Digital Transformasi berfokus pada media sosial yang dimiliki oleh iCLEAN yaitu Instagram dan Facebook. Tugas utama yang dilakukan selama magang yang berkaitan dengan konsep *Social Media Marketing* antara lain:

1. Membuat konten untuk Facebook dan Instagram iCLEAN, mulai dari ide konten, *image* konten, *caption* konten, dan mengunggah konten.
2. Mencatat jumlah *followers* di Instagram dan Facebook serta *subscribers* Youtube iCLEAN.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama pelaksanaan kerja magang berlangsung, berikut uraian pelaksanaan kerja magang yang dilakukan sebagai Digital Transformasi Support:

3.2.1 Berkomunikasi Dengan Pelanggan

iCLEAN melakukan *Social Media Marketing* untuk menjangkau target pasar yang luas. Oleh karena itu, diperlukan *platform* seperti Facebook, Instagram, dan Youtube untuk mempermudah perusahaan berinteraksi dengan pelanggan. iCLEAN menyadari pentingnya berinteraksi dengan pelanggan agar perusahaan paham kebutuhan dan masalah kebersihan yang sedang dihadapi. Divisi Digital Transformasi berusaha mengembangkan Facebook, Instagram, dan Youtube sebagai sarana komunikasi antar perusahaan dan pelanggan.

Media sosial sebagai kumpulan aplikasi internet yang berbasis web 2.0 yang menyediakan layanan interaktif antara individu dan komunitas untuk saling berinteraksi dan berdiskusi (Kaplan & Haenlein, 2010). Menurut Safko (2010, h.3), salah satu *tools* yang digunakan dalam *Social Media Marketing* adalah media sosial seperti Facebook dan Instagram. *Social Media Marketing* adalah tentang mendengar terdahulu, memahami percakapan, dan kemudian berbicara terakhir.

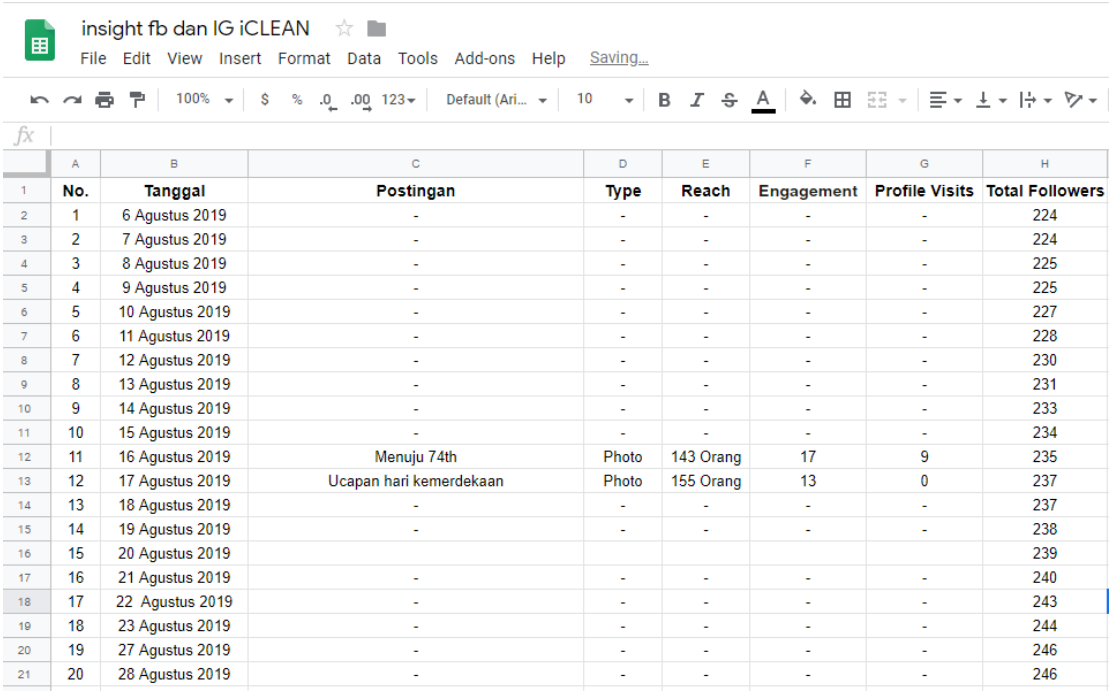
Dalam pelaksanaannya, iCLEAN menggunakan media sosial sebagai sarana berinteraksi dengan pelanggan melalui DM Instagram dan Facebook *Messager*. Kebutuhan dan masalah yang dihadapi pelanggan akan segera didengar, dipahami, hingga dapat memberikan solusi yang terbaik.

3.2.2 Mencatat Jumlah *followers* Instagram, Facebook, dan Youtube

iCLEAN mencatat jumlah *followers* dari Instagram, Facebook, dan Youtube dengan tujuan untuk mengamati peningkatan dan penurunan *followers* setiap harinya. Hasil dari pengamatan ini menjadi bahan evaluasi bagi Divisi Digital Transformasi dalam pembuatan konten di media sosial iCLEAN selanjutnya. Jika jumlah *followers* selama seminggu menurun, maka terdapat kesalahan dalam konten yang diunggah. Salah satu faktor

menurunnya jumlah *followers* adalah konten yang dibuat tidak menarik, sehingga pelanggan memutuskan untuk berhenti mengikuti media sosial iCLEAN. Jika terjadi peningkatan jumlah *followers*, maka Divisi Digital Transformasi harus memiliki upaya untuk mempertahankan jumlah *followers* yang sudah ada. Salah satu upaya yang dilakukan dengan sering mengunggah konten menarik di Facebook dan Instagram iCLEAN.

Gambar 3.1 Mencatat Jumlah *Followers* Instagram *iCLEAN*

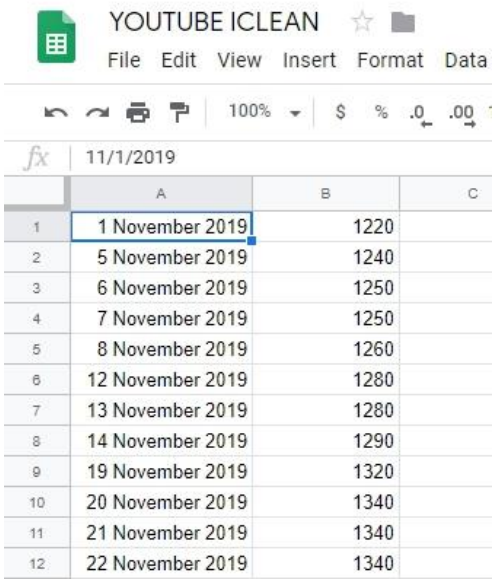


insight fb dan IG iCLEAN

No.	Tanggal	Postingan	Type	Reach	Engagement	Profile Visits	Total Followers
1	6 Agustus 2019	-	-	-	-	-	224
2	7 Agustus 2019	-	-	-	-	-	224
3	8 Agustus 2019	-	-	-	-	-	225
4	9 Agustus 2019	-	-	-	-	-	225
5	10 Agustus 2019	-	-	-	-	-	227
6	11 Agustus 2019	-	-	-	-	-	228
7	12 Agustus 2019	-	-	-	-	-	230
8	13 Agustus 2019	-	-	-	-	-	231
9	14 Agustus 2019	-	-	-	-	-	233
10	15 Agustus 2019	-	-	-	-	-	234
11	16 Agustus 2019	Menuju 74th	Photo	143 Orang	17	9	235
12	17 Agustus 2019	Ucapan hari kemerdekaan	Photo	155 Orang	13	0	237
13	18 Agustus 2019	-	-	-	-	-	237
14	19 Agustus 2019	-	-	-	-	-	238
15	20 Agustus 2019						239
16	21 Agustus 2019	-	-	-	-	-	240
17	22 Agustus 2019	-	-	-	-	-	243
18	23 Agustus 2019	-	-	-	-	-	244
19	27 Agustus 2019	-	-	-	-	-	246
20	28 Agustus 2019	-	-	-	-	-	246

Sumber: Dokumen PT XC Cleanindo

Gambar 3.2 Mencatat Jumlah *Subscribers* Youtuber *iCLEAN*



YOUTUBE ICLEAN

File Edit View Insert Format Data

100% $ % .0 .00

fx 11/1/2019

	A	B	C
1	1 November 2019	1220	
2	5 November 2019	1240	
3	6 November 2019	1250	
4	7 November 2019	1250	
5	8 November 2019	1260	
6	12 November 2019	1280	
7	13 November 2019	1280	
8	14 November 2019	1290	
9	19 November 2019	1320	
10	20 November 2019	1340	
11	21 November 2019	1340	
12	22 November 2019	1340	

Sumber: Dokumen PT XC Cleanindo

Media sosial memiliki beberapa hal yang perlu diperhatikan agar dapat menarik perhatian pelanggan atau pengguna media sosial. Terdapat lima elemen pendukung yaitu *followers, caption, like,* komentar, dan *hastag.* Kelima hal tersebut menjadi indikator untuk menarik perhatian pengguna media sosial (Adinda & Pangestuti, 2019).

Dalam pelaksanaannya, tidak semua indikator untuk menarik perhatian pengguna media sosial diterapkan oleh iCLEAN. Dari lima elemen pendukung yang sudah disebutkan, hanya satu elemen yang digunakan, yaitu *followers.* Upaya yang dilakukan oleh Divisi Digital Transformasi untuk menguji perhatian pengguna media sosial dilihat dari jumlah *followers* Instagram, Facebook, dan Youtube. Kenaikan dan penurunan jumlah *followers* ini dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk Divisi Digital Transformasi kedepannya.

3.2.3 Konten

Pembuatan konten yang menarik dan dapat diterima oleh pelanggan juga menjadi pekerjaan yang dilakukan oleh Divisi Digital Transformasi setiap harinya. Konten yang dikerjakan sama untuk Instagram dan Facebook.

Dalam pembuatan konten harus memperhatikan topik yang ingin dibahas, memiliki keterkaitan dengan masalah kebersihan yang dihadapi oleh pelanggan, gambar yang mampu mendukung topik yang sedang dibahas, dan penggunaan bahasa yang baik dan tepat dalam pembuatan *caption*. Konten yang sudah selesai akan diunggah di Facebook dan Instagram iCLEAN. Proses pembuatan konten ini diperlukannya koordinasi dengan divisi desain yang membantu dalam pembuatan gambar yang mendukung untuk topik yang sedang dibuat. Proses pembuatan satu konten, memakan waktu satu sampai tiga hari, hingga disetujui oleh pembimbing lapangan.

Gambar 3.3 Konten yang dibuat

Sumber: iCLEAN Indonesia

Menurut pemasar, tersedianya pilihan media sosial dengan *platform* dengan karakteristik yang berbeda dapat digunakan untuk membuat perencanaan yang strategis agar tujuan tercapai (Trancy dan Michael, 2015, h.44).

iCLEAN dalam menjalankan *Social Media Marketing* telah menggunakan *tools* yang sesuai, yaitu media sosial Facebook dan Instagram.

Dalam pelaksanaannya, pemanfaatan karateristik dari setiap media sosial yang berbeda tidak dijalankan dengan baik, karena Facebook dan Instagram menggunakan konten yang sama. Hal ini membuat konten yang telah dibuat menjadi tidak sesuai dan tidak efisien dengan karakteristik yang dimiliki oleh masing-masing media sosial.

3.3. Kendala yang Ditemukan

Dalam menjalankan *Social Media Marketing* terdapat kendala yang ditemukan dalam proses pengerjaannya. Mengacu pada teori *Social Media Marketing* yang dipaparkan oleh Safko (2010, h.3) ditemukan bahwa terdapat pekerjaan yang dilakukan selama proses magang kurang sesuai. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pemahaman terhadap karakteristik dari setiap media sosial, menyebabkan konten yang dibuat menjadi tidak sesuai dengan karakteristik yang dimiliki masing-masing media sosial. Indikator yang digunakan untuk menarik perhatian pengguna media sosial kurang akurat karena menggunakan satu dari lima indikator yang ada.