



### **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**

Bandara International Hotel tidak memiliki divisi atau departemen khusus *Marketing Communication*. Oleh karena itu, selama melakukan praktik kerja magang, penulis ditempatkan sebagai *Marketing Communication Trainee* yang berada di dalam divisi *Sales & Marketing Department*. Penulis difokuskan untuk mengelola media sosial *Instagram* perusahaan. Dalam setiap menjalankan tugas, penulis dibimbing langsung oleh Ibu Shara Rizky selaku *Director of Sales*.

Penulis melaksanakan beberapa pekerjaan, yaitu membuat konten *Instagram*. Dalam proses pembuatan konten, penulis diberi kebebasan untuk membuat *caption* sekreatif mungkin. Selain itu, penulis juga ditugaskan untuk membalas dan memberikan respon komentar maupun *direct message* yang masuk. Penulis juga diminta untuk membuat artikel di majalah *LIVE* Tangerang yang dikelola oleh Pemerintah Kota Tangerang dan membantu *graphic designer* dalam pengambilan foto *Food & Beverage Promo*.

Dalam hal koordinasi, seluruh pemberian tugas harus melalui pengecekan pembimbing lapangan sebelum di *posting* di *Instagram* atau pengiriman konten ke pihak majalah *LIVE* Tangerang.

#### **3.2 Tugas yang Dilakukan**

Selama melakukan praktik kerja magang, penulis diikutsertakan melakukan berbagai kegiatan yang mencakup dalam *Sales & Marketing Department*. Tugas utama yang diberikan yaitu mengatur seluruh konten media sosial *Instagram*. Tetapi tidak menutup kemungkinan untuk penulis membantu seluruh kegiatan *Sales & Marketing Department*. Berikut tabel uraian kerja yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang.

Tabel 3.1 Uraian Kerja

No	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Agustus				September				Oktober				November			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Riset	Riset Konten			■	■			■	■			■	■				
		Riset Khalayak			■				■				■					
		Riset Produk			■	■			■	■			■	■				
2.	Pembuatan Konten	Desain Konten			■				■				■					
		Isi/ <i>Caption</i>				■			■				■	■				
		Tipe Pesan			■				■				■					
3.	<i>Media Placement</i>	Menentukan Jadwal <i>Posting</i>			■	■			■	■			■	■				
		<i>Editorial Planning</i>		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
4.	<i>Digital Marketing Report (Monthly)</i>	<i>Screenshot Instagram Audience Insights</i>				■			■				■					
		Membuat Powerpoint				■			■				■					
5.	Kontek Artikel Majalah LIVE	Mencari Referensi		■	■			■	■			■	■					
		Membuat Isi Artikel				■			■				■					
6.	Membantu Graphic Designer dalam Pengambilan Foto F&B Promo	Menyiapkan Produk			■			■				■						

### 3.3 Pembahasan

#### 3.3.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Carr dan Hayes (2015:8) mendefinisikan sosial media adalah media berbasis *internet* yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika maupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong

nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain. Perusahaan yang ingin menjadi terdepan dalam kompetisi antar kompetitor harus memiliki bagian pekerjaan sosial media spesialis sebagai jembatan antara perusahaan dan publik. Oleh karena itu, sosial media spesialis adalah pekerjaan yang sangat penting bagi perusahaan.

Penulis ditugaskan untuk merancang dan mempublikasikan pesan-pesan perusahaan di media sosial. Kabra (2012:8) menyampaikan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyampaian pesan di media sosial, yaitu kalimat yang dibuat harus singkat, jelas, dan mudah dipahami. Sentuhan humor juga dapat menyita perhatian khalayak. Konten menjadi ringan dan seru, khayalak dapat mencerna informasi dengan mudah. Selain itu, hendaknya tidak ada informasi yang diulang, agar khalayak dapat merasa mendapatkan banyak informasi dan tidak bosan.

Di perusahaan tempat dimana penulis melakukan praktik kerja magang, dalam pembuatan pesan tidak diperbolehkan mengandung SARA atau pornografi, tidak menyinggung pihak lain, dan pilihan kata yang digunakan juga harus menonjolkan informasi utama serta harus menggunakan pilihan kata yang menarik, logis, tepat, dan sopan. Selain itu, diperlukan komunikasi yang efektif yang bertujuan untuk memudahkan orang lain dalam memahami pesan yang disampaikan dan informasi yang disampaikan dapat menimbulkan *feedback* dari *target audience*.

Untuk merancang pesan-pesan tersebut diperlukan seorang sosial media spesialis yang memiliki tanggung jawab untuk mencari dan membuat konten digital. Menurut Santoso (*Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 2018), peran dan fungsi sosial media spesialis adalah untuk membangun *awareness* terhadap keberadaan produk yang ditawarkan, membujuk calon konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut dan membedakan produk dengan *brand* lainnya.

Menjadi seorang sosial media spesialis tidaklah mudah karena perlu memiliki kemampuan komunikasi interpersonal yang baik, peka terhadap perkembangan tren dan topik terhangat, dan kreatif. Banyak orang yang beranggapan pekerjaan seorang sosial media spesialis hanya sekedar meng-*upload* foto atau menulis sebaris dua baris *caption*, dan membalas komentar. Padahal tanggung jawab seorang sosial media spesialis sangatlah beraneka ragam. Mulai dari mencari ide konten yang menarik untuk dibahas, menciptakan konten yang interaktif dengan *followers*-nya, menentukan waktu yang tepat untuk mem-*posting* sesuai dengan *insight audience* hingga melakukan evaluasi dan membuat laporan (Montheza, Perbawasari, dan Setiawan, 2019:527).

Bandara International Hotel memilih untuk menggunakan jejaring sosial *Instagram* sebagai media komunikasi antar perusahaan dengan *followers*-nya. Hal-hal yang dikomunikasikan seperti informasi hotel, fasilitas dan promo-promo yang sedang berjalan.

Berikut tahapan pembuatan konten hingga membuat laporan yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang.

#### 1. Riset

Pada tahap ini, penulis melakukan riset konten, khalayak, dan produk. Topik apa yang menarik dan sedang hangat di perusahaan, seperti promo-promo yang sedang berjalan atau *event* baru. Jika tidak ada topik, penulis mengangkat konten informasi dan fasilitas hotel. Selanjutnya melakukan riset khalayak, penulis harus memahami karakter *target audience*. Apabila pesan yang disampaikan tepat pada *target audience*, maka akan menghasilkan konten yang baik dan *target audience* dapat memberikan *feedback* kepada perusahaan. Setelah mendapatkan konten dan khalayak yang sesuai dengan *target*, penulis melakukan riset produk, penulis harus mencari tahu tentang informasi produk secara rinci, keunggulan dan keunikannya apa yang dapat dijual ke *target audience*. Tujuan

dilakukan riset adalah agar dapat memenuhi konten yang berkualitas.

## 2. Pembuatan Konten

Dalam pembuatan konten, penulis bekerja sama dengan *graphic designer* untuk membahas desain konten. Desain dan *tone* warna seperti apa yang sesuai dengan topik yang diangkat. Kemudian membuat isi atau *caption* pada foto tersebut. Penulis harus menentukan gaya bahasa, sapaan, value, dan tipe pesan apa yang akan disampaikan kepada *target audience*. Dalam hal ini, Bandara International Hotel mewajibkan untuk seluruh konten media sosial menggunakan Bahasa Inggris.

## 3. *Media Placement*

Bandara International Hotel memiliki aturan dalam *posting* di *Instagram* yaitu minimal 3 kali *posting* dalam seminggu agar bisa mendapatkan kesempatan menjangkau lebih banyak orang. Selain itu, diperlukan juga untuk menentukan waktu yang tepat dalam mem-*posting* konten. Penulis melakukan *posting* di waktu-waktu senggang atau saat orang tidak bekerja dan menyimpan konten tertentu untuk di hari *weekend*. Biasanya, penulis menetapkan waktu di pagi hari dari pukul 06.00-09.00 dan di sore menjelang malam hari dari pukul 17.00-21.00. Seluruh konten yang sudah disiapkan akan dimasukkan ke *Editorial Planning* untuk dievaluasi oleh pembimbing lapangan.

## 4. Membuat *Digital Marketing Report*

Setiap akhir bulan, penulis membuat materi presentasi dengan mengumpulkan *screenshot Instagram Audience Insights* dan *Instagram Posts* yang nantinya akan dipresentasikan oleh *Director of Sales* saat *Marketing Meeting* dengan *General Manager* perusahaan. Laporan ini mencakup jangkauan, demografis, interaksi dengan *target audience*, dan *feedback*.

Tujuan dibuatnya *Digital Marketing Report* adalah sebagai tolak ukur keberhasilan sebuah konten promosi yang telah dilakukan, apakah sudah sesuai dengan tujuan yang ditetapkan perusahaan atau belum.

Selama melakukan praktik magang, jumlah *posting* yang dibuat penulis sebanyak 33 *posting* dengan hasil *likes* dan *reach* yang berbeda-beda.

Selain itu, penulis juga mendapat kesempatan untuk membuat konten artikel di majalah *LIVE* Tangerang. Penulis mendapat arahan dari *Director of Sales* sekaligus pembimbing lapangan mengenai topik konten artikel apa yang ingin diangkat. *Director of Sales* akan memberikan kerangka atau poin penting apa saja yang harus ada di dalam konten artikel tersebut. Penulis mencari referensi yang sesuai dengan topik di berbagai *platform*, seperti *internet*, media cetak maupun media *digital* dan kemudian mengembangkan dan memperluas isi artikel tersebut. Penulis menyadari bahwa konten artikel yang berkualitas tentu dapat memengaruhi daya tarik konsumen sehingga konten artikel harus dibuat dengan baik dan mampu mempersuasi konsumen.

Penulis juga turut membantu *graphic designer* dalam pengambilan foto *Food & Beverage Promo*. Mulai dari bertanya ke bagian *kitchen*, kapan produk bisa dipinjam untuk difoto, menyiapkan serta menata produk dan hiasan-hiasan yang sesuai dengan tema promo tersebut. Kemampuan dan pengetahuan tentang penataan produk yang tepat, secara tidak langsung dapat menarik minat konsumen.

### 3.3.2 Kendala dan Solusi Praktik Kerja Magang

#### 3.3.2.1 Kendala Praktik Kerja Magang

Selama melakukan praktik kerja magang di Bandara International, penulis menemukan beberapa kendala, yaitu di perusahaan tempat penulis melakukan praktik kerja magang tidak memiliki divisi *Marketing Communication* sehingga aktivitas

*Marketing Communication* tidak berjalan efektif dan tidak optimal.

Selain itu, penulis langsung mendapatkan arahan dari *Director of Sales* sehingga harus membimbing penulis sekaligus menjalankan tugasnya sebagai *Director of Sales*. Oleh karena itu, sering terjadi *miss communication* antara penulis dengan *Director of Sales* sehingga informasi yang diperoleh dan tugas yang diberikan tidak diketahui secara keseluruhan.

#### 3.3.2.2 Solusi Praktik Kerja Magang

Berdasarkan kendala yang ditemukan dan dialami penulis, maka solusi yang dapat diterapkan adalah penulis mengatur seluruh konten media sosial agar pesan promosi yang disampaikan perusahaan dapat diterima dengan baik oleh khalayak atau *target audience*.

Penulis selalu berusaha untuk mencatat apa yang diutarakan oleh pembimbing lapangan kepada penulis. Jika ada hal yang kurang atau tidak jelas, penulis berusaha untuk bertanya ke pembimbing lapangan sehingga seluruh tugas dan pekerjaan yang diberikan dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.