



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 & Koordinasi

Dalam melakukan praktik kerja lapangan penulis berada dalam divisi *Marketing* dan berada langsung di bawah arahan Manajer Marketing & juga staff marketing. Divisi ini berfungsi sebagai alat utama untuk mengkomunikasikan PT Inko Sukses Jaya kepada target market maupun *stakeholder* lainnya. Dalam melakukan pekerjaan lapangan penulis dibimbing oleh Ramos selaku *staff Marketing Executive*.

3.2 Tugas yang dilakukan

Praktik kerja magang penulis dilakukan mulai bulan 31 Juli sampai bulan 31 Oktober. Dimana penulis membantu mengerjakan tugas di divisi marketing. Berikut adalah timeline kerja praktik magang yang di lakukan oleh penulis:

No	Kegiatan	Juli	Agustus	September	Oktober
1	Membantu untuk <i>follow up</i> customer di PT Inko Sukses Jaya	V	V		
2	Menyusun strategi branding & digital marketing untuk PT Inko Sukses Jaya	V	V		
3	Membuat media sosial untuk PT Inko Sukses Jaya			V	
4	Membuat konten dan pesan komunikasi di sosial media PT Inko Sukses Jaya			V	V

Table 3.1 Timeline Kerja Penulis

PT. Inko Sukses Jaya

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Branding

Branding adalah proses penciptaan atau peninggalan tanda jejak tertentu di benak dan hati konsumen melalui berbagai macam cara dan strategi komunikasi sehingga tercipta makna dan perasaan khusus yang memberikan dampak bagi kehidupan konsumen (Wijaya, 2013).

Branding adalah pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi

barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing. Branding juga memberikan kekuatan brand pada produk & layanan (Philip & Keller, 2015)

Dahulu sebelum penulis masuk dalam perusahaan Inko Sukses Jaya, kegiatan branding ini sudah dilakukan, hal ini bisa dilihat dari website perusahaan yang menjelaskan tentang Filosofi Perusahaan dll. Dengan adanya penulis yang mengikuti program magang ini, penulis diharapkan mampu membantu perusahaan untuk melakukan kegiatan branding perusahaan di media sosial.

Penulis diberikan tugas untuk membuat akun instagram perusahaan, penulis diminta untuk mengisi akun tersebut dengan konten-konten guna meningkatkan awareness masyarakat terhadap perusahaan. Dalam melakukan kegiatan branding perusahaan di media sosial, penulis dibimbing langsung oleh *staff marketing executive* yang berpengalaman dalam kegiatan marketing yang dilakukan perusahaan yaitu Bapak Bob Agave Ramos. Tugas pertama saya ialah membuat akun Instagram, setelah berdiskusi dengan team marketing kami memutuskan untuk menggunakan nama @inkoforwarding untuk nama akun Instagram PT Inko Sukses Jaya.

Sebelum membuat Instagram dari perusahaan, penulis membantu perusahaan untuk membuat logo baru dari perusahaan dikarenakan perusahaan belum memiliki logo dengan resolusi yang tinggi. Dengan resolusi yang tinggi akan memudahkan perusahaan untuk melakukan proses branding di perusahaan. Perbedaan tidak terlihat begitu signifikan dari logo yang baru, hanya saja font dan warna logo di buat lebih cerah dan rapih.



Gambar 15 Logo Lama PT Inko Sukses Jaya



Gambar 16 Logo Baru PT Inko Sukses Jaya



Gambar 17 Halaman Instagram @inkoforwarding

Dengan adanya identitas dari brand ini membuat perusahaan *forwarding* ini memiliki pembeda dan dapat dikenali oleh target market. Namun kegiatan *branding* yang dilakukan hanya sampai batas itu saja, setelah kehadiran penulis bapak ramos selaku pembimbing meminta penulis untuk menyusun strategi branding yang lebih

lagi. Salah satu ide yang penulis tawarkan ialah dengan membuat *key message* baru PT Inko Sukses Jaya. Berikut *key message* yang penulis buat:

“IMPROVE, CONNECT, TRUST”

Improve, definisi *improve* sendiri dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai peningkatan. Dimana hal ini sejalan dengan apa yang dikerjakan oleh PT. Inko Sukses Jaya sebagai perusahaan yang bergerak jasa dan harus terus dan tetap untuk meningkatkan pelayanannya, sehingga secara harfiah *improve* sejalan dengan apa yang dikerjakan oleh PT Inko Sukses Jaya.



Gambar 18 Halaman Instagram @inkoforwarding

Connect, definisi *Connect* sendiri dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai penghubung. Dimana penulis ingin menggambarkan bahwa PT. Inko Sukses Jaya yang bergerak dibidang ekspor & impor mampu menghubungkan segala wilayah di Negara manapun,



Gambar 19 Halaman Instagram @inkoforwarding

Trust, definisi *trust* sendiri dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai kepercayaan . Dimana penulis ingin menggambarkan bahwa PT. Inko Sukses Jaya yang bergerak dibidang ekspor & impor mampu dipercaya untuk segala bentuk ekspor impor dan para pelanggan tidak perlu khawatir.



Gambar 20 Halaman Instagram @inkoforwarding

3.3.1.1 Model Aida

Model Aida adalah model yang menggambarkan efek dari media iklan. Proses penjualan harus optimal secara berkelanjutan berdasarkan model. AIDA model bertujuan meningkatkan perkembangan bisnis. AIDA merupakan singkatan dari *Attention, Interest, Desire*, dan *Action*. Branding yang dilakukan perusahaan jika dirumuskan dalam model AIDA adalah sebagai berikut:

3.3.1.1.1 Attention

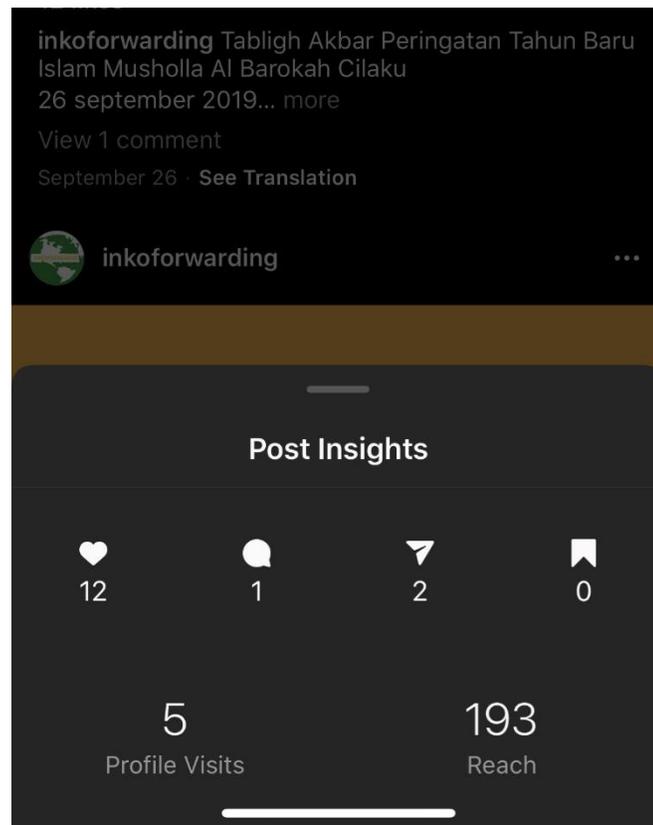
Dalam fase attention ini, perusahaan harus mencari tahu dan membuat strategi agar konsumen bisa sadar akan keberadaan perusahaan. Tugas utama dalam fase ini adalah meningkatkan Awareness masyarakat terhadap brand. Penulis membuat beberapa konten untuk media sosial yang menarik untuk meningkatkan awareness masyarakat terhadap PT Inko Sukses Jaya. Salah satunya dengan membuat konten yang menarik dengan design yang menarik dan membuat *key messages* untuk meningkatkan *awareness* dari masyarakat.



Gambar 21 Halaman Instagram @Inkoforwarding

3.3.1.1.2 Interest

Pada fase interest perhatian pelanggan mulai terusik. Minat mulai muncul terhadap perusahaan, konsumen mulai tertarik dan mempelajari perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana Instagram PT Inko Sukses Jaya bertambah dan memberikan *likes* serta *comment* terhadap unggahan @inkoforwarding. Terdapat juga beberapa orang membagikan konten melalui insight yang mampu di lihat di halaman feeds Instagram @inkoforwarding. Walaupun hanya memiliki followers yang sedikit namun yang melihat konten tinggi. Hal itu dapat dilihat dari *insights* yang terdapat di Instagram.



Gambar 22 Halaman Instagram @inkoforwarding

3.3.1.1.2 *Desire*

Minat dalam produk sudah ada tugas penulis selanjutnya adalah untuk membujuk pelanggan untuk membeli produk. Skenario *Desire* yang dimaksud ini merupakan tahapan dimana mengajak pelanggan untuk membeli produk. Namun selama penulis melakukan kerja magang di PT Inko Sukses Jaya, fokus utama perusahaan ialah untuk meningkatkan awareness masyarakat dan meningkatkan *Interest* masyarakat terhadap *brand*.

3.3.1.1.3 *Action*

Walaupun belum bisa menunjukkan dari fase *action*, penulis yakin perusahaan akan mendapatkan pelanggan dari media sosial. Hal ini mampu dibuktikan dengan banyaknya perusahaan logistik lain maupun perorangan yang *follow* Instagram @inkoforwarding.

3.3.2 Media Sosial Marketing

Sosial media adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum. Kegiatan pemasaran melalui social media mulai berkembang dan digunakan sebagai alat pemasaran produk mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan (Thoyibie, 2010).

Promosi media sosial adalah cara untuk mendapatkan perhatian dari pengguna media sosial melalui situs. Kini, ketika pengguna berpikir tentang membeli sesuatu, pertama kali melihat internet, mencari produk tersebut, membandingkan harga dengan merek lain dan mengambil keputusan, yang salah satunya untuk membeli. (Goya, 2013).



(Nistanto, 2013)

Gambar 23 Artikel *Instagram* tempat beriklan efektif

Sumber:<https://tekno.kompas.com/>

Berdasarkan kutipan dalam artikel tersebut menjelaskan bahwa Instagram memiliki dampak yang lebih besar dalam beriklan jika dibandingkan dengan media sosial lain seperti Twitter dan Facebook, hal itu diungkapkan dalam artikel tersebut oleh studi yang dilakukan oleh firma SumAll. SumAll merupakan suatu kemitraan yang membantu individu ataupun kelompok yang membutuhkan data untuk melakukan sebuah iklan yang sesuai dengan target marketnya. Dengan adanya studi tersebut, penulis dapat percaya bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang efektif untuk beriklan. Untuk itu penulis menyusun dan membuat akun Instagram untuk saluran promosi.

Tugas utama yang dilakukan adalah memperkenalkan perusahaan terhadap publik yang belum terlalu mengetahui tentang perusahaan yang bergerak di bidang *forwarding*. Dalam tahap awal ini, penulis diminta untuk membuat konten yang mampu meningkatkan awareness masyarakat secara signifikan. Selain membuat konten berupa *feeds* di Instagram, penulis juga diminta untuk membuat *caption* dari konten feeds yang telah dibuat. Dengan arahan yang telah diberikan oleh

pembimbing, berikut adalah konten yang telah dibuat penulis selama mengikuti proses magang di PT.Inko Sukses Jaya:



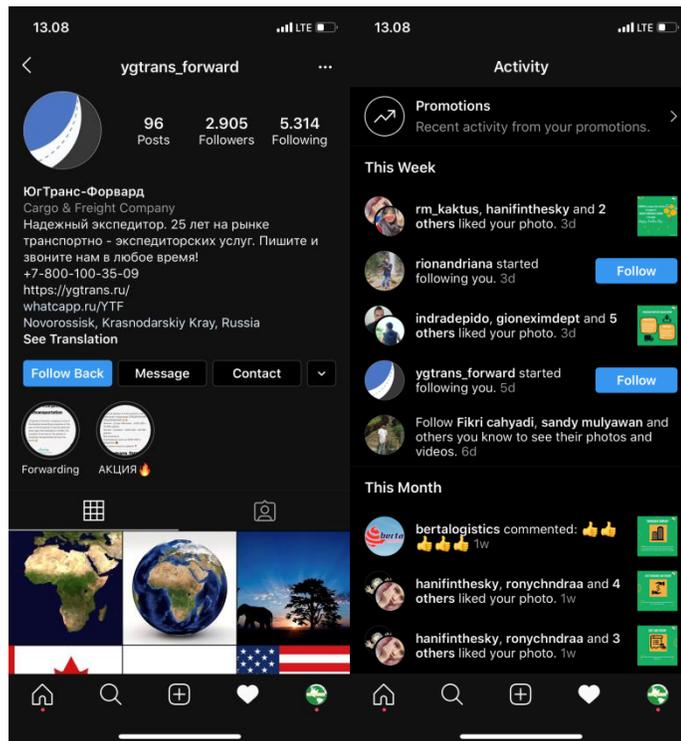
Gambar 24 Halaman *Instagram* @inkoforwarding



Gambar 25 Halaman *Instagram* @inkoforwarding

Meskipun memiliki pengikut yang masih sedikit, penulis percaya dengan adanya konten yang menarik dan ke-konsistenan dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran dapat membantu meningkatkan eksistensi PT Inko Sukses Jaya. Hal

ini mampu dibuktikan dengan hadirnya *@inkoforwarding* di Instagram terdapat beberapa perusahaan *forwarding* dari luar negeri maupun dalam negeri mengunjungi halaman Instagram *@inkoforwarding* dan menyukai konten yang dibuat oleh *@inkoforwarding*, hal ini membuktikan bahwa dengan adanya aktifitas media sosial marketing yang baik mampu menciptakan suatu awareness yang baik terhadap perusahaan. Perusahaan-perusahaan tersebut membantu perusahaan untuk menambah koneksi, guna meningkatkan kegiatan *@inkoforwarding* yang berlangsung didalam maupun luar negeri. Beruntungnya, perusahaan mendapatkan koneksi tersebut melalui media sosial yang baru-baru ini dibuat oleh penulis yang dibimbing langsung oleh *Staff Marketing Executive* yang berpengalaman.



Gambar 26 Halaman Instagram *@inkoforwarding*

3.4 Permasalahan dan Pemecahan Masalah, Hambatan, dan Kendala selama Pelaksanaan Magang

3.4.1 Kendala dan Hambatan

1. Penulis kesulitan mendapatkan informasi tertentu tentang perusahaan, hal ini menghambat penulis dalam membuat konten di Instagram @inkoforwarding.
2. Penulis kesulitan dalam membuat *caption* yang dituntut harus menggunakan bahasa Inggris di beberapa konten.

3.4.2 Cara Mengatasi Kendala dan Hambatan

1. Memanfaatkan google dan menghubungi beberapa pihak diluar divisi seperti divisi *operasional* dll. Dengan bersikap aktif dan tanggap sangat membantu penulis untuk menyelesaikan kendala dan hambatan yang terjadi.
2. Bertanya kepada pembimbing dan memanfaatkan kamus untuk membuat *caption*.