



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

Selama melakukan praktik kerja magang di PT. Alpen Food Industry dalam waktu 60 hari, penulis ditempatkan di departemen *Brand*, di bawah bagian *Marketing*.

Selama penulis melakukan praktik kerja magang, penulis dibimbing oleh Sylvana selaku *Brand Manager*. Meskipun secara resmi penulis berada di bawah departemen *Brand*, penulis juga membantu departemen lain yaitu departemen *Digital Media*.

Sama seperti staff yang lain, penulis melakukan pekerjaan sesuai dengan arahan yang diberikan, mengikuti aturan yang berlaku di kantor, dan memiliki tanggung jawab terhadap pekerjaan yang diberikan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama praktik kerja magang, tugas penulis adalah untuk melakukan *media monitoring*. Ada dua *media monitoring* yang penulis lakukan yaitu *media monitoring* berita *online* dan *media monitoring* media sosial.

Selain itu, penulis juga terlibat dalam *campaign* #1LagiLebihNice yang dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness*, menjaga *brand reputation*, dan membantu meningkatkan *sales*.

Berikut penjabaran tugas-tugas selama penulis melakukan praktik kerja magang di PT. Alpen Food Industry

Jenis Pekerjaan		Keterangan	Agustus				September				Oktober				November	
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Media Monitoring	Aice	Website														
		Media Sosial														
	Competitor	Website														
		Media Sosial														
Campaign #1LagiLebihNice	Program "Surprise"	Press Conference														
		Pemilihan Story														
		Syuting														
		Survei														
	Kompetisi Digital #RejekiNice	Perencanaan														
		Monitoring														
		Pemilihan Pemenang														

Tabel 3.1 Tugas Magang

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Media Monitoring*

Selama melakukan praktik kerja magang di PT. Alpen Food Industry, penulis diberikan tugas yaitu untuk melakukan *media monitoring* Aice dan *competitor media monitoring*, yang nantinya akan diteruskan dalam bentuk *monthly report*.

Media monitoring adalah proses membaca, menonton, atau mendengarkan dengan isi editorial sumber media, yang kemudian mengidentifikasi, menyimpan, dan menganalisis konten yang berisi kata-kata kunci tertentu atau topik tertentu. (William, 2010, h. 3)

Media monitoring dilakukan untuk memantau segala aktivitas yang berhubungan dengan Aice pada *media digital*. *Media digital* yang digunakan adalah *website* dan media sosial. *Media monitoring* dilakukan secara manual.

Penulis diberi tugas untuk memantau pemberitaan Aice di *website* dan media sosial, serta memantau aktivitas yang dilakukan oleh para kompetitor di *media digital*. Berikut penjabaran lebih rinci mengenai tugas penulis dalam melakukan *media monitoring* :

- *Media monitoring* pemberitaan Aice

Pada *website*, penulis akan memasukkan *keyword* Aice untuk mengetahui apakah ada pemberitaan negatif mengenai Aice yang harus segera ditangani. Pada media sosial, penulis menggunakan *Facebook*, *Email*, dan *Instagram* untuk memantau segala aktivitas yang berhubungan dengan Aice. Penulis akan mencari apakah ada saran atau keluhan, baik dari *reseller* ataupun dari konsumen, yang nantinya akan penulis teruskan ke pembimbing lapangan untuk segera ditangani.

- *Competitor media monitoring*

Tugas penulis dalam melakukan *competitor media monitoring* adalah memantau segala aktivitas yang sedang dilakukan oleh kompetitor, baik di *website* maupun di media sosial. Kompetitor tersebut adalah Walls, Campina, Glico Wings, dan Joyday.

Tujuan dari *competitor media monitoring* adalah untuk memantau pergerakan kompetitor, lalu membuat perbandingan dan evaluasi dengan *brand Aice*. *Competitor media monitoring* akan dilaporkan kepada bagian *Digital Media* dalam bentuk *monthly report*.

3.3.2 Campaign #1LagiLebihNice

Campaign #1LagiLebihNice adalah sebuah program yang dibuat oleh Aice untuk meningkatkan *brand awareness*, mempertahankan *brand reputation*, dan juga untuk meningkatkan *sales*. *Campaign #1LagiLebihNice* merupakan turunan dari *key message* Aice yaitu “Have an Aice Day” dimana konsumen akan mendapatkan satu es krim gratis jika konsumen tersebut menemukan stik bertanda khusus yang terdapat pada produk es krim tertentu, yaitu produk Choco Cookies dan Mango Slush.

Campaign #1LagiLebihNice dilakukan secara menyeluruh dengan melibatkan banyak pihak, salah satunya adalah NET TV. Dalam program *reality show* NET TV, yaitu program *Surprise*, Aice terlibat sebagai *sponsor* utama di mana Aice ingin mewujudkan impian-impian masyarakat Indonesia dengan harapan Aice dapat membangkitkan semangat masyarakat Indonesia dimanapun mereka berada untuk menggapai impian mereka.

Selain itu, dalam *campaign #1LagiLebihNice*, Aice juga melakukan *event* dalam bentuk kompetisi *digital*. Kompetisi *digital #1LagiLebihNice* dilakukan di media sosial *instagram* dan ditujukan untuk pihak internal, yaitu distributor Aice.

Dalam *campaign* #1LagiLebihNice, penulis terlibat untuk kegiatan *sponsorship* dan *event*. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai tugas yang penulis lakukan dalam *campaign* #1LagiLebihNice

3.3.2.1 Sponsorship program Surprise

Sponsorship didefinisikan sebagai pemberian tunai dan/atau pembayaran barter (*in-kind*) akan benda kepemilikan, dengan balasan berupa akses pemanfaatan potensial iklan yang berhubungan dengan benda kepemilikan perusahaan atau produk. (Kotler & Keller, 2008, h. 227)

Surprise adalah program *reality show* dari NET TV dimana masyarakat dapat mewujudkan impian melalui program ini. *Surprise* memberi gambaran bahwa siapa pun berhak memiliki mimpi dan cita-cita, tidak terbatas usia atau golongan tertentu. Semangat untuk mewujudkan impian inilah yang diharapkan akan menginspirasi banyak anak muda Indonesia.

Masyarakat dapat mengirimkan cerita impiannya melalui *email* surprise.net@netmedia.co.id, *direct message instagram* @aiceindonesia dan @surprise_net, atau dengan memasukkan cerita impiannya ke *wishbox* yang ada di warung-warung *reseller* Aice. Setelah cerita terbaik terpilih, tim *Surprise* akan menghubungi calon pemenang untuk segera diwujudkan impiannya, dengan proses syuting untuk didokumentasikan dan akan ditayangkan di program *Surprise* di NET TV setiap hari Minggu jam 10.30 WIB mulai 25 Agustus 2019.

Dalam program *Surprise*, penulis terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan *press conference*, pemilihan *story*, proses syuting, dan survei. Berikut penjabaran lebih rinci mengenai tugas penulis dalam program *Surprise* :

- Perencanaan dan pelaksanaan *press conference Surprise*

Menurut Ruslan (2006, h. 187), *press conference* adalah suatu pertemuan (kontak) khusus dengan pihak pers yang bersifat resmi atau

sengaja diselenggarakan oleh *public relations*, yang bertindak sebagai narasumber dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau permasalahan tertentu yang tengah dihadapinya dalam bentuk acara *press conference* yang telah ditetapkannya waktu, tempat, dan tema *press conference* dengan sekelompok wartawan yang masing-masing memiliki berbagai media massa yang didaftar sebagai peserta yang diundang secara resmi.

Press Conference yang dilakukan oleh Aice dan NET TV bertujuan untuk menyampaikan informasi dan rencana mengenai program *Surprise*. *Press Conference* ini dilakukan pada 7 Agustus 2019 di Meradelima Restaurant, Senopati, Jakarta Selatan.



Gambar 3.1 *Press Conference* program *Surprise*

Dalam *press conference* ini, Aice dan NET TV mengundang sebanyak 12 media, baik media cetak maupun media *digital*. Narasumber yang akan memberi paparan singkat mengenai program *Surprise* adalah Sylvana Zhong selaku *Brand Manager* Aice, Edo Wicaksono selaku *VP Production* NET TV, dan Julian Jacob sebagai *Host* dari program *Surprise*.

Penulis terlibat dalam perencanaan *press conference* seperti pemilihan tempat, mempersiapkan *goodie bag* yang akan diberikan kepada media yang hadir, serta memastikan bahwa segala keperluan yang diperlukan untuk *press conference* sudah tersedia, seperti *banner* dan es krim Aice untuk dibagikan ke media. Pada saat pelaksanaan *press conference*, penulis ditugaskan untuk mendokumentasikan kegiatan *press conference* tersebut. Penulis juga ditugaskan untuk membuat *report media monitoring* dimana penulis memastikan bahwa media yang hadir memuat berita mengenai program *Surprise* dan memastikan bahwa *press release* yang sudah dibuat oleh agensi PR dimuat oleh media yang berhalangan hadir.

Dalam *report media monitoring* yang penulis kerjakan, penulis melaporkan bahwa pada *press conference* tersebut, hanya 6 dari 12 media yang hadir untuk meliput *press conference* tersebut, serta terdapat 8 *media coverages* dari 7 media yang berbeda. Walaupun media yang hadir tidak sesuai dengan target, tetapi PR *value* yang didapatkan sudah memenuhi target.

- Pemilihan *story*

Cerita impian yang sudah masuk melalui email, *direct message instagram*, ataupun *wishbox* yang ada di warung-warung *reseller* Aice, akan didiskusikan oleh tim NET TV dan Aice. Biasanya akan ada 4 pilihan cerita dengan tema yang berbeda, yang nantinya akan dipilih oleh tim NET TV dan Aice untuk diwujudkan. Pemilihan *story* dilakukan setiap minggu melalui *meeting* tim NET TV dengan Aice.

Keterlibatan penulis dalam pemilihan *story* adalah penulis diminta untuk memberikan pendapat cerita mana yang menarik, yang akan diwujudkan impiannya.

- Proses syuting

Program *Surprise* ditayangkan sebanyak 14 episode, setiap hari Minggu jam 10.30 WIB. Syuting untuk program *Surprise* dilakukan setiap minggunya. Berikut judul seluruh episode program *Surprise* :

Episode	Judul	Tanggal Tayang
1	Anak dari Tukang Pecel yang Kuliah di UI	25 Agustus 2019
2	Maliq, Bocah Penyandang Leukimia	01 September 2019
3	Ulang Tahun di Rumah Ria Ricis	08 September 2019
4	Bridal Shower	15 September 2019
5	Hadiah untuk Istri yang Berhasil Melahirkan Anaknya	22 September 2019
6	Anak Pengidap Kanker Batang Otak	29 September 2019
7	Fans Girlgroup Korea "Red Velvet"	6 Oktober 2019
8	Surprise untuk Ibu di Makassar	13 Oktober 2019
9	Bertemu MUA Ryan Ogilvy	27 Oktober 2019
10	Kejutan untuk Murid SMA 13 Jakarta	03 November 2019
11	Kejutan di Bioskop CGV	10 November 2019
12	Sepeda untuk Rani	15 November 2019
13	Aisyah dan Aminah ke Pabrik Aice	24 November 2019
14	Kejutan untuk Yohanes di Bali	29 November 2019

Tabel 3.2 Episode *Surprise*

Penulis terlibat langsung pada proses syuting untuk episode 2 “Maliq, Bocah Penyandang Leukimia,” dimana syuting dilakukan selama dua hari yaitu pada 16 Agustus 2019 di sekolah Maliq, dan 19 Agustus 2019 di Waterbom Pantai Indah Kapuk.

Dalam proses syuting, penulis diberikan tugas untuk memastikan bahwa *brand* Aice ditampilkan secara baik dan sesuai dengan perjanjian yang sudah dibuat di mana produk Aice akan muncul dalam beberapa segmen program *Surprise*.



Gambar 3.2 *Product Placement Aice* pada program *Surprise*

Julian Jacob sebagai *host* juga akan menjelaskan mengenai *campaign* #1LagiLebihNice dan tugas penulis adalah untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan mengenai #1LagiLebihNice sudah benar.

Selain itu, biasanya terdapat warung milik *reseller* Aice yang akan muncul dalam program *Surprise*. Penulis akan memastikan bahwa kondisi *freezer* Aice beserta isinya sudah terlihat bagus dan menarik, sesuai dengan standar Aice.



Gambar 3.3 *Freezer Aice* pada program *Surprise*

Walaupun untuk episode lainnya penulis tidak hadir pada saat proses syuting, tetapi penulis terlibat dalam persiapan proses syuting seperti mempersiapkan properti yang akan dipakai untuk syuting.

- Survei

Survei adalah penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atau populasi untuk mewakili seluruh populasi. Dengan kata lain, survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. (Singarimbun, 2008, h. 3)

Penulis ditugaskan untuk melakukan survei selama dua hari pada 21 dan 22 Oktober 2019 di Kota Bandung, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa banyak orang yang menonton program *Surprise* dan seberapa banyak orang yang mengetahui Aice dari program tersebut. Survei dilakukan kepada 200 orang.

Hasil dari survey tersebut adalah kurang dari 20 orang yang pernah menonton program *Surprise* dan tidak ada yang mengetahui *campaign* #1LagiLebihNice dari program tersebut.

3.3.2.2 Event Kompetisi Digital #1LagiLebihNice

Event adalah aktivitas dan program yang disponsori oleh perusahaan dan dirancang untuk menciptakan hubungan interaktif sehari-hari atau dengan merek khusus tertentu. (Kotler dan Keller, 2008, h. 225)

Event kompetisi *digital* #1LagiLebihNice merupakan aktivitas *digital* yang dilakukan untuk mendukung *campaign* #1LagiLebihNice. Kompetisi *digital* #1LagiLebihNice dilakukan di media sosial *instagram* dan ditujukan untuk pihak internal, yaitu distributor Aice. Kompetisi *digital* ini diadakan dalam dua periode, periode pertama dimulai pada 10 September hingga 5 Oktober 2019, dan periode kedua dimulai pada 14 Oktober hingga 31 Oktober 2019.

Cara untuk mengikuti kompetisi *digital* ini adalah dengan me-*repost* konten Aice yang disertai dengan tagar #1LagiLebihNice, tagar #RejekiNice, dan tagar yang disertai dengan kode untuk masing-masing wilayah distributor seperti tagar #AiceLuarJawaBagian Timur #Aice1 untuk wilayah distributor Luar Pulau Jawa Bagian Timur, tagar #AiceLuarJawaBagianBarat #Aice2 untuk wilayah distributor Luar Pulau Jawa Bagian Barat, tagar #AiceJawaBagianTimur #Aice3 untuk wilayah distributor Jawa Timur, tagar #AiceJawaBagianBarat #Aice4 untuk wilayah distributor Jawa Barat, dan tagar #AiceJawaBagianTengah #Aice5 untuk wilayah distributor Jawa Tengah.

Pemenang kompetisi *digital* dibagi dalam tiga kategori, yaitu pemenang untuk area wilayah distributor dengan jumlah tagar terbanyak, pemenang perseorangan untuk jumlah *post* terbanyak, dan pemenang perseorangan untuk jumlah *likes* atau *views* terbanyak.

Dalam kompetisi *digital* #1LagiLebihNice, penulis terlibat pada tahap *Event* dan *Post-Event* dimana penulis ditugaskan untuk membuat *daily report monitoring* dan memilih pemenang berdasarkan tiga kategori tersebut. Berikut penjabaran lebih rinci mengenai tugas penulis dalam kompetisi *digital* #1LagiLebihNice

- *Monitoring*

Penulis diberi tugas melakukan *monitoring* setiap harinya, untuk mengetahui berapa banyak partisipan dan wilayah distributor yang sudah mengikuti kompetisi *digital* #1LagiLebihNice.

Monitoring tersebut penulis lakukan dengan cara mencari kata kunci tagar pada media sosial *instagram*. Penulis membuat *daily report monitoring* dalam bentuk Microsoft Excel.

- Pemilihan pemenang

Dari hasil *monitoring* yang sudah penulis kerjakan, penulis ditugaskan untuk memilih pemenang berdasarkan tiga kategori yaitu pemenang untuk area wilayah distributor dengan jumlah tagar terbanyak,

pemenang perseorangan untuk jumlah *post* terbanyak, dan pemenang perseorangan untuk jumlah *likes* atau *views* terbanyak.

Setelah mengumumkan pemenang, penulis juga ditugaskan untuk menghubungi para pemenang dan meminta data diri pemenang melalui *direct message instagram*. Berikut data diri yang dibutuhkan untuk proses pengiriman hadiah :

No.	Nama	Username IG	No. HP	Bank Rekening	No. Rekening	Nama Pemilik Rekening
1						
	No. KTP	No. NPWP	Foto NPWP	Nama Pemilik NPWP		

Gambar 3.4 Form Data Diri Pemenang Kompetisi *Digital*

3.4 Kendala

Kendala yang penulis hadapi saat melakukan praktik kerja magang, terutama dalam keterlibatan penulis pada program “Surprise”, adalah terlalu banyaknya cerita impian yang masuk sehingga memakan waktu yang lama untuk memilih 4 cerita impian terbaik yang akan dibawa untuk *meeting* tim NET TV dengan Aice. Hal tersebut juga berpengaruh kepada proses syuting, karena seringkali *meeting* untuk pemilihan *story* baru dilakukan di hari Rabu, sedangkan jadwal syuting adalah di hari Jumat. Sehingga persiapan untuk proses syuting dilakukan secara terburu-buru dan tidak maksimal karena hanya ada waktu satu hari saja untuk melakukan persiapan.

Saat penulis melakukan *monitoring* kompetisi *digital*, penulis juga terkendala dengan banyaknya partisipan yang tidak memenuhi syarat untuk mengikuti kompetisi. Ada 4 tagar yang seharusnya disertakan dalam *postingan* untuk mengikuti kompetisi *digital* #1LagiLebihNice. Tetapi, banyak partisipan yang tidak menyertakan seluruh tagar yang diminta sehingga sulit bagi penulis untuk melakukan *monitoring*.

Penulis juga tidak dapat masuk ke akun *instagram* resmi @aiceindonesia sehingga pada saat penulis ingin meminta data diri melalui *direct messages instagram* kepada para pemenang kompetisi *digital*, penulis harus meminjam *handphone* rekan kerja penulis yang memiliki akun *instagram* resmi Aice.

Selain itu, penulis juga menghadapi kendala dalam hal berkomunikasi karena di PT. Alpen Food Industry terdapat dua bahasa yang digunakan dalam komunikasi sehari-hari, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Mandarin. Setiap *report* yang dibuat juga harus dalam bahasa Indonesia dan bahasa Mandarin, sehingga kendala tersebut menghambat kinerja penulis selama melakukan praktik kerja magang.

3.4 Solusi

Solusi atas kendala yang penulis hadapi selama praktik kerja magang adalah penulis berusaha untuk memastikan bahwa cerita impian yang akan dibawa untuk *meeting* dengan NET TV sudah siap dua hari sebelum *meeting* dilakukan. Untuk kendala pada peserta kompetisi *digital* yang tidak memenuhi syarat karena tidak mencantumkan 4 tagar, maka peserta tersebut tidak memiliki kesempatan untuk memenangkan kompetisi *digital*.

Penulis juga berusaha untuk memahami bahasa Mandarin melalui aplikasi penerjemah dan penulis juga meminta bantuan kepada rekan kerja penulis yang bisa berbahasa Mandarin.