



### **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

Dalam Bab ini penulis akan menjelaskan lebih dalam bagaimana proses kerja magang yang dilakukan oleh penulis di Communic 8 sebagai *Junior Strategic Planner*. Dalam Bab ini penulis akan membahas terkait kedudukan dan koordinasi dan juga proses-proses yang dilakukan selama penulis melakukan praktek kerja magang.

#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi



*Gambar 3 1 Struktu Kedudukan dan Koordinasi*

Selama menjalankan praktek kerja magang di Communic 8, penulis hanya ditempatkan pada satu posisi yaitu *Junior Strategic Planner* yang berhubungan langsung dengan *Strategic Planner*. Selama praktek kerja magang alur komunikasi yang saya lakukan adalah langsung kepada Bapak Riomanadona Putra sebagai *Strategic Planner* dari Communic 8 serta pembimbing saya selama kegiatan magang saya berlangsung.

#### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama kegiatan praktek kerja magang di Communic 8, saya melakukan beberapa tugas yang diberikan langsung oleh *supervisor* saya. Saya diposisikan menjadi *Junior Strategic Planner* selama praktek kerja

magang. Tugas yang saya lakukan berhubungan dengan riset atau lebih jelasnya mengetahui kondisi pasar serta hal-hal yang dilakukan oleh kompetitor. Salah satu tugas utama yang saya lakukan adalah mempersiapkan *insight* untuk *monthly report* seperti kondisi pasar yang berhubungan dengan klien perusahaan.

### 3.2.1. Tujuan Posisi Kerja sebagai Strategic Planner

Dalam pelaksanaan praktek kerja magang, penulis menjalani posisi sebagai seorang *junior strategic planner*. Tujuan adanya divisi ini adalah untuk menyajikan data atau informasi berupa fakta yang kemudian akan disusun sebagai perencanaan yang cocok untuk kebutuhan pemasaran secara digital ditujukan untuk klien dari Communic 8. Selain itu *Strategic Planner* memiliki peran penting dalam pembuatan konsep dikarenakan sebagai dasar dari dibentuknya suatu konsep untuk klien, sehingga seluruh keputusan yang dibentuk dalam merumuskan strategi pemasaran digital berdasarkan informasi dan fakta dari temuan divisi *Strategic Planner*.

### 3.2.2. Tugas dan Tanggungjawab sebagai Strategic Planner

Dalam posisi sebagai *Strategic Planner* Communic 8, Tugas dan tanggung jawab paling utama dari divisi ini adalah menyajikan informasi yang akan diberikan kepada klien baik sebagai perencanaan awal, maupun sebagai *monthly report* dari pencapaian selama periode yang ditentukan. Berikut adalah rincian tugas dan tanggung jawab dari seorang *Strategic Planner* Communic 8 :

1. Melakukan pencarian informasi atau data yang berhubungan dengan kondisi pasar ataupun berhubungan dengan industri tersebut. Data ini bertujuan untuk mengetahui *trend* yang sedang berlangsung apa yang dinilai pasar menarik untuk dibahas.
2. Melakukan perbandingan dengan aktivitas dari sisi pemasaran digital yang dilakukan oleh kompetitor.

Tujuan dari aktivitas ini adalah respon terhadap masyarakat terhadap aktivitas yang dilakukan sehingga dapat mengikuti serta memodifikasi aktivitas yang dilakukan tersebut.

3. Melakukan Perbandingan *engagement* yang bertujuan mengukur efektivitas strategi yang sudah dilaksanakan. Perbandingan tersebut dapat dilihat berdasarkan *website* maupun media sosial dari perusahaan klien.
4. Melakukan diskusi dengan divisi lain terkait dengan penemuan yang sudah didapatkan sehingga informasi tersebut dapat disusun untuk perencanaan selama satu periode yang akan diajukan kepada klien.
5. Setelah konsep dibentuk, seorang *strategic planner* bersama divisi lain membuat presentasi baik ditujukan untuk *monthly report* ataupun *pitching* yang akan diajukan kepada perusahaan yang ingin bekerjasama dengan Communic 8.
6. Melakukan presentasi kepada klien terkait penemuan dan rancangan kegiatan yang akan dilakukan selama satu periode kerjasama dengan Communic 8.

### **3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan praktek kerja magang yang penulis lakukan selama proses kerja magang di Communic 8 selama 60 hari periode 6 Juli – 2 Oktober 2020 sebagai divisi *Junior Strategic Planner*. Dalam pelaksanaan praktek kerja magang sendiri, penulis bekerja dengan sistem *work from office* pada hari senin dan kami, sementara untuk hari selasa, rabu, dan jumat melakukan aktivitas kerja secara *work from home*. Pada sub bab ini penulis akan membahas terkait Proses Pelaksanaan, Kendala yang ditemukan selama proses kerja magang, hingga pendapat penulis terkait solusi atas kendala yang penulis alami selama kerja magang.

#### **3.3.1. Proses Pelaksanaan**

No	Klien	Definisi Klien	Deskripsi Pekerjaan	Pic	Hasil
1	FMC	FMC merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang <i>Agrochemical</i> . Kebutuhan dari perusahaan ini adalah terkait dengan konten sosial media, kebutuhan website, dan game.	<p>Mencari Informasi dari FMC terkait dengan bagaimana kondisi pasar dan juga kebutuhan konsumen.</p> <p>Melihat aktivitas yang dilakukan oleh kompetitor dan juga melihat konten dengan terbanyak <i>likes</i> (Facebook) terdapat di konten apa</p> <p>Mencari Informasi terkait efektifitas Facebook live dalam meningkatkan engagement, dan apakah konsumen dari FMC tertarik untuk mengikuti Facebook Live</p>	Riomanadona Putra	<i>Market &amp; Competitor Review per month</i>

			Diskusi terkait game yang cocok untuk dikembangkan dalam rangka permintaan klien terkait <i>launching product</i> .		<i>Discussion</i>
			Membantu menyusun Monthly Report untuk FMC		<i>Monthly Report</i>
			Mengikuti Presentasi <i>Monthly Report</i> FMC		Presentasi
2	Mercedes-Benz Bus & Truck	Mercedes-Benz merupakan perusahaan asal Jerman yang bergerak dalam bidang otomotif,	Mencari informasi dari Mercedes-Benz Bus & Truck terkait dengan aktivitas dari pasar dan kebutuhan dari konsumen Mercedes-Benz Bus & Truck	Riomanadona Putra	<i>Market &amp; Competitor Review per month</i>

		<p>untuk perusahaan ini khususnya adalah pada produk Bus &amp; Truk. Kebutuhan dari perusahaan ini adalah Konten media sosial serta kebutuhan dari website.</p>	<p>Mencari informasi berupa aktivitas yang dilakukan oleh kompetitor Mercedes-Benz Bus &amp; Truck serta mengetahui konten dengan jumlah <i>like</i> terbanyak (Facebook &amp; Instagram).</p>		
			<p>Mencari informasi yang akan digunakan dalam pembuatan konsep lomba mewarnai untuk Mercedes-Benz Bus</p>		
			<p>Membantu dalam penyusunan Monthly Report</p>		<i>Monthly Report</i>
			<p>mengikuti Presentasi Monthly Report Mercedes</p>		Presentasi

3	Masami	Masami merupakan brand dari grup kay collection yang menyediakan berbagai produk peralatan kosmetik asal jepang. Kebutuhan dari Masami sendiri terkait aktivitas Digital marketing berada pada Social Media Development khusus nya pada Instagram yaitu pada Instagram Shopping.	Mencari Insight Berupa aktivitas pasar dari Masami dan juga mencari tahu konsumen yang dimiliki oleh masami seperti apa.	Riomanadona Putra	<i>Market Insight &amp; Competitor Review</i>
			Mencari informasi terkait siapa Kompetitor yang dimiliki oleh masami dan mengetahui bisnis seperti apa kompetitor dari masami		
			Mencari informasi terkait dengan Instagram Shopping di Indonesia dan siapa saja		
			Mencari informasi bagaimana cara membuat instagram Shopping.		<i>Discussion With Digital Team &amp; Content Team</i>

		Masami merupakan perusahaan yang akan mengajukan kerjasama dengan Communic 8	Membantu dalam penyusunan pandangan Communic 8 terhadap bisnis Masami.		
			Membantu dalam penyusunan <i>Pitching Presentation</i> Masami		<i>Pitching Presentation</i>
			Mengikuti Presentasi Pitching Masami		Presentasi
4	AwalMula	Awal Mula merupakan E-commerce yang menyediakan berbagai konsumsi kesehatan. Kebutuhan yang dibutuhkan	Mencari kompetitor yang sesuai dengan sektor bisnis dari AwalMula	Riomanadona Putra	<i>Market Insight &amp; Competitor Review</i>
			Mencari informasi terkait dengan pandangan communic 8 terhadap bisnis AwalMula		

		<p>oleh AwalMula sendiri adalah terkait dengan kebutuhan konten sosial media. AwalMula merupakan perusahaan yang sedang mengajukan kerjasama dengan Communic8</p>	<p>Mencari KOL yang sesuai dengan bisnis dari AwalMula, KOL harus memiliki konten yang berhubungan dengan pola hidup sehat seperti melakukan fitness ataupun endorse produk-produk kesehatan.</p>		<p><i>Discussion with Strategic Planner</i></p>
			<p>Membantu dalam pembuatan presentasi Pitching kepada bisnis AwalMula</p>		<p><i>Pitching Presentation</i></p>
5	HSB	<p>HSB Merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang <i>trading Forex</i>. Penulis hanya mengerjakan kebutuhan klien selama 4 hari saja</p>	<p>Mencari informasi terkait dengan bisnis dari HSB dan juga kompetitor yang memiliki kesamaan bisnis dari HSB</p>	<p>Riomanadona Putra</p>	<p><i>Market Insight &amp; Competitor Review</i></p>

		dikarenakan praktek kerja magang sudah selesai			
--	--	--	--	--	--

Tabel 3 1 Tabel Realisasi Kerja Magang

#### 3.3.1.1. Klien dari Communic 8

Selama saya melakukan praktek kerja magang di Communic 8, saya dihadapkan oleh beberapa klien dan juga *pitching* dengan perusahaan yang akan bekerja sama dengan perusahaan Communic 8. Berikut adalah beberapa perusahaan bekerja sama dengan Communic 8 dan penulis ikut serta dalam menangani kebutuhan klien tersebut :

1. Perusahaan otomotif asal Jerman Mercedes-Benz, namun hanya khusus pada kendaraan niaga atau hanya untuk bus dan truk saja berada dibawah perusahaan DCVI (*Daimler Commercial Vehicles Indonesia*). Perusahaan ini memiliki kebutuhan terkait dengan *digital development* yaitu pada *website maintenance* serta kebutuhan untuk sosial media konten yaitu pada 2 akun Instagram (*mercedesbenzid\_truck & mercedesbenzid.bus*) dan juga media sosial Facebook *Daimler Commercial Vehicles Indonesia*.
2. FMC yang merupakan perusahaan *agrochemicals* asal Amerika yang menyediakan berbagai macam produk kimia yang berhubungan dengan pertanian seperti obat hama dan vitamin untuk tumbuhan. Perusahaan ini memiliki target konsumen yaitu bergerak di industri pertanian atau perkebunan. Kebutuhan

yang diperlukan oleh FMC sendiri adalah terkait dengan digital marketing atau terkait dengan *Social Media Maintenance* dan *digital advertising*.

Selain itu selama proses kerja magang, penulis juga membantu dalam mempersiapkan kebutuhan untuk *pitching* kerjasama dengan 3 perusahaan yaitu :

1. Masami yang merupakan perusahaan alat-alat kecantikan asal jepang yang memproduksi berbagai produk dan peralatan yang berhubungan dengan kecantikan. Di Indonesia Masami berada dalam group Sociolla dan tidak memiliki toko sendiri. Kebutuhan yang diajukan oleh Masami sendiri berada pada bagian *Social Media Maintenance* yaitu pada bagian pembuatan fitur *Instagram Shopping*.
2. AwalMula yang merupakan perusahaan *E-commerce* produk-produk kesehatan yang akan launching bisnisnya pada bulan November. Perusahaan ini menyediakan produk konsumsi yang memiliki hubungan dengan produk kesehatan. Permintaan dari AwalMula sendiri adalah terkait dengan Social Media Maintenance yaitu pembuatan sosial media Instagram.
3. HSB yang merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang keuangan menyediakan jasa *Broker Trading Forex*. Untuk HSB sendiri saya hanya mengerjakan peran saya sebagai *Strategic Planner* hanya 4 hari saja karena praktek kerja magang saya sudah selesai sehingga saya hanya dapat memberikan beberapa informasi yang dapat digunakan dalam pembuatan presentasi.

#### 3.3.1.2. Aktivitas Kerja

Proses kerja yang saya lakukan selama praktek kerja magang di Communic 8, saya hanya difokuskan dalam bekerja sebagai Junior Strategic Planner dengan memiliki tugas dalam mencari informasi atau *insight* yang berhubungan dengan bisnis klien. Selain itu saya juga ditugaskan untuk melihat kondisi dari kompetitor

terkait aktivitas yang dilakukan. Tujuan pencarian informasi tersebut adalah sebagai monthly report yang akan disampaikan kepada klien dalam presentasi yang dilakukan satu bulan satu kali, pada umumnya dilaksanakan pada pertengahan bulan.

Dalam proses kerja yang saya lakukan, dalam menyampaikan informasi ada alur kerja yang harus saya ikuti yaitu sebagai berikut :

1. Pada awal bulan seorang strategic planner akan menyiapkan insight-insight yang berhubungan dengan klien untuk memahami kondisi pasar saat ini. Selain informasi kondisi pasar, penulis juga mendapatkan informasi dari aktivitas kompetitor dimana dapat dilihat melalui *platform Instagram* atau *Facebook* dari kompetitor dengan harapan dapat menemukan pengetahuan aktivitas yang menguntungkan dilakukan oleh kompetitor dan kemudian dapat meniru dan tentunya modifikasi dari aktivitas yang dilakukan oleh kompetitor.
2. Setelah mendapatkan *insight* penulis akan memberikan hasil penemuan beserta kesimpulan dari informasi yang didapat kepada atasan langsung yaitu bapak Riomanadona Putra. Penulis akan melakukan diskusi terkait informasi apa saja yang sudah didapat dan kenapa informasi itu dapat menarik untuk diangkat dan mendukung aktivitas *digital marketing* untuk perusahaan klien.
3. Setelah melakukan diskusi dengan atasan, maka hal yang berikutnya dilakukan adalah menginfokan penemuan yang didapat kepada beberapa divisi yang berhubungan untuk menyusun perencanaan yang cocok untuk diajukan kepada klien.
4. Ketika perencanaan yang sudah dirancang tersebut sudah jadi maka hal yang berikutnya dilakukan adalah melakukan

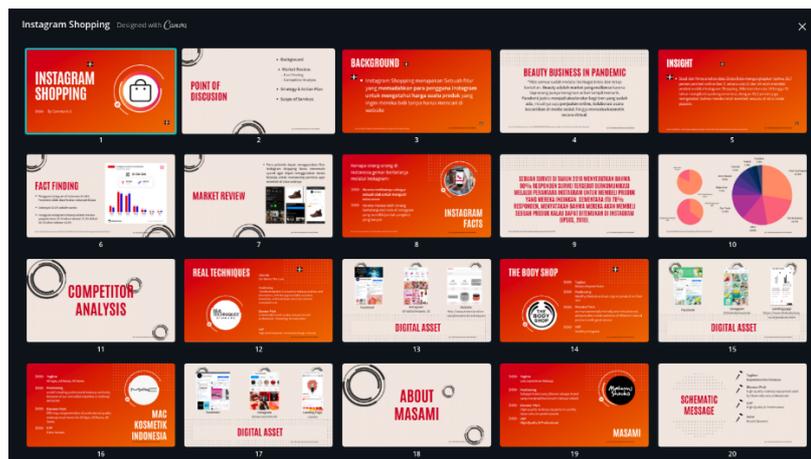
presentasi awal kepada seluruh anggota dari Communic 8 yang akan dihadiri juga oleh CEO dari Communic 8 yaitu Ibu Helda Chandra. Tujuan dari adanya presentasi ini adalah memberikan informasi dan juga jika ada kekurangan atau penambahan dapat dimasukkan sebelum melakukan presentasi kepada klien.

5. Melakukan pertemuan dengan klien dengan bahasan *monthly report* yang akan membahas aktivitas yang sudah dilakukan selama 1 bulan serta menginformasikan apa yang akan dilakukan selama satu bulan kedepan dengan topik apa saja yang akan dibahas. Perencanaan yang sudah disusun dapat dilakukan apabila dari klien sendiri sudah setuju dengan perencanaan yang sudah diberikan, jika belum dapat disetujui maka dari *communic 8* belum dapat memulai perencanaan tersebut sampai mendapatkan persetujuan dari klien sendiri.

Aktivitas yang sudah disampaikan diatas tidak hanya untuk *monthly report* namun juga dilakukan jika ada *pitching* dengan klien yang ingin melakukan kerjasama dengan *Communic 8*. Perbedaan antara konten yang disampaikan saat *pitching* adalah membahas kegiatan yang dilakukan secara menyeluruh, sementara pada *monthly report* hanya membahas perencanaan satu bulan kedepan. Hal tersebut terjadi karena saat pertama *Pitching* harus menyampaikan arah dari konten *digital marketing* untuk perusahaan klien akan dibawa seperti apa dan juga dengan konsep seperti apa. Sehingga dalam penyampaian presentasi antara *Pitching* dengan *Monthly Report* terdapat perbedaan seperti menyesuaikan kebutuhan klien dan mengetahui harapan dari kerjasama yang akan dilakukan.



Gambar 3 2 Monthly Report Mercedes Benz Bus & Truck (August)



Gambar 3 3 Pitching Presentation Masami Indonesia

### 3.3.1.3. Pitching & Monthly Report

Sebagai seorang strategic planner, penulis harus dapat menyajikan data yang akan dimasukkan kedalam *Pitching* maupun *monthly report*. *Pitching* dan *monthly report* merupakan dua hal yang berbeda namun memiliki karakteristik yang sama. Berikut adalah penjelasan terkait dengan *pitching* dan juga *Monthly Report* kepada klien perusahaan :

### 1. *Pitching*.

Sebelum melakukan kerjasama, Communic 8 akan melakukan presentasi awal atau yang biasa disebut dengan *Pitching*. Presentasi ini berisikan tentang sudut pandang communic 8 terhadap perusahaan klien. Dalam presentasi *Pitching*, terdapat beberapa informasi yang disampaikan seperti bisnis menurut sudut pandang Communic 8 dan juga bagaimana penyelesaian terhadap kebutuhan yang dibutuhkan oleh klien. Peranan *strategic planner* dalam penyusunan presentasi ini adalah menyediakan data terkait dari *market review*, *business overview*, dan juga kompetitor yang dekat dengan bisnis klien. Selain hal tersebut dalam presentasi *pitching* juga terdapat didalamnya perencanaan awal yang memungkinkan untuk dilakukan.

### 2. *Monthly Report*

Bagi perusahaan yang sudah bekerjasama dengan Communic 8 maka perusahaan tersebut berhak mendapatkan *monthly report*. *Monthly Report* sendiri merupakan hasil evaluasi dari apa yang sudah dilakukan oleh Communic 8 selama satu bulan terkait aktivitas *Digital Marketing* yang sudah dilakukan. Evaluasi dapat dinilai dengan menggunakan program Sproutsocial. Program ini dapat mengukur tingkat *customer engagement* dari suatu akun media sosial dan dapat dibanding dengan akun lainnya. Selain evaluasi, *monthly report* berisi dengan *insight* serta yang akan mendukung *planning* perencanaan satu bulan berikutnya seperti apa aktivitas *digital marketing*-nya

#### 3.3.1.4. Cara Mendapatkan *Insight*

Selama proses kerja magang sebagai *Junior Strategic Planner*, saya diminta oleh *user* saya langsung untuk memfokuskan dalam pencarian *insight*. Seperti yang sudah diketahui, *insight* merupakan informasi yang bersifat data atau fakta yang dapat

mendukung terkait penjelasan adanya suatu fenomena yang terjadi. Dalam pencarian *insight* tersebut penulis menggunakan beberapa sumber dalam pencarian data tersebut yaitu sebagai berikut :

1. *insight* dapat dicari dengan menggunakan informasi dari artikel atau berita yang berhubungan dengan sektor industri klien. Tujuan pencarian tersebut adalah mengetahui aktivitas pasar dan dapat mengetahui bagaimana aktivitas industri saat ini sehingga dapat menyesuaikan dengan pasar sendiri.
2. Pencarian *insight* melalui aktivitas dari kompetitor. Kompetitor harus memiliki kesamaan sehingga konten yang akan diamati akan sesuai juga. Contohnya adalah melakukan perbandingan konten antara Mercedes-Benz Truck & Bus Indonesia dengan Hino Indonesia. Tujuan dari melakukan perbandingan ini adalah melihat dari kompetitor aktivitas apa yang sudah dilakukan oleh kompetitor namun dari klien sendiri belum dilakukan. Sehingga dari analisis tersebut dapat melakukan aktivitas tersebut jika memang dapat meningkatkan *customer engagement*.



Gambar 3 4 Insight Report FMC September

3. Pencarian *insight* dengan mengikuti seminar-seminar yang memang berhubungan dengan aktivitas industri dari klien. Penulis sempat mengikuti seminar terkait dengan aktivitas perekonomian Indonesia serta seminar terkait dengan pertanian. Salah satu tujuan dari mengikuti seminar tersebut adalah mendapatkan pengetahuan perkembangan apa saja yang terjadi

dengan kondisi industri yang berhubungan. Selain itu penulis dapat menggali lebih dalam terkait dengan kebutuhan masyarakat terkait apa yang diinginkan dari masyarakat.

#### 3.3.1.5. Aktivitas Pelaksanaan Kerja Magang

Setelah mengetahui istilah-istilah dan juga proses apa saja yang harus penulis lakukan, maka berikut ini adalah kegiatan-kegiatan yang penulis lakukan selama praktek kerja magang di Communic 8 sebagai Junior Strategic Planner Berdasarkan klien :

##### 1. Mercedes-Benz Bus & Truck Indonesia

Mercedes-Benz Bus & Truck Indonesia merupakan klien dari Communic 8 yang sebelum saya memulai praktek kerja magang sudah bekerjasama dengan Communic 8. Selama penulis melakukan praktek kerja magang, penulis memiliki tanggung jawab dalam mencari informasi yang akan digunakan dalam *monthly report* berupa aktivitas pasar dan juga pergerakan konten media sosial dari kompetitor. Terkait dengan pencarian aktivitas pasar, penulis mencari dengan mengetahui aktivitas dari pergerakan industri kendaraan niaga dan juga melihat aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan karoseri. Mercedes-Benz sendiri tidak memproduksi bus secara utuh, namun hanya memproduksi rangka saja dikarenakan kebijakan pemerintah yang membuat bus dari Mercedes-Benz tidak dapat diproduksi secara utuh. Untuk mencari pengetahuan terkait dengan aktivitas kompetitor, penulis melihat berdasarkan *post* dari instagram dan juga facebook serta setiap bulannya melihat *post* yang memiliki jumlah *like* terbanyak. Terakhir adalah setiap pertengahan bulan penulis membantu atasan untuk menyusun *monthly report* yang bertujuan sebagai evaluasi dan gambaran konten yang akan dipersiapkan pada bulan berikutnya. Penulis juga sempat mendapatkan perintah untuk menggali informasi terkait dengan perlombaan gambar yang dilaksanakan secara *online* yang berguna untuk meningkatkan *engagement* media sosial. Perlombaan gambar ini ditujukan untuk

seluruh masyarakat untuk berkreasi dalam mengikuti lomba mendesain dan mewarnai gambar dari bus maupun truk dari Mercedes-Benz.

## 2. FMC

Sama dengan Mercedes-Benz Bus & Truck Indonesia, FMC merupakan klien yang sudah bekerjasama dengan Communic 8. Pada klien ini pekerjaan yang saya kerjakan tidak terlalu berbeda dengan Mercedes-Benz Bus & Truck Indonesia, yaitu mencari informasi terkait dengan aktivitas dari pasar FMC dan juga melihat pergerakan kompetitor. Untuk aktivitas pasar, penulis mendapatkan informasi dengan mencari seputar dunia pertanian dan juga keluhan petani terkait dengan Hama. Selain itu penulis juga mencari info terkait dengan harga bahan pokok. Untuk aktivitas kompetitor, penulis melihat dari media sosial Facebook dikarenakan perusahaan memfokuskan untuk menggunakan sosial media tersebut, serta penulis setiap bulan juga melihat konten dengan *like* terbanyak yang dimiliki kompetitor seperti apa. Setelah terkumpul *insight* dari analisa yang dilakukan, penulis akan membantu atasan untuk membuat *monthly report* dan akan mempresentasikannya pada pertengahan bulan yang akan membahas evaluasi dari konten yang berjalan pada bulan sebelumnya, serta perencanaan konten bulan depan seperti apa. Penulis juga melakukan diskusi terkait dengan pembuatan game yang bertujuan sebagai pengenalan produk baru yang akan diluncurkan oleh FMC sendiri.

## 3. Masami

Masami merupakan klien yang akan bekerjasama dengan Communic 8, sehingga saat ini belum mendapatkan kontrak kerjasama. Penulis ikut dalam membantu Communic 8 dalam

menyediakan berbagai informasi yang akan digunakan dalam *pitching presentation*. Penulis mencari informasi terkait dengan Masami sendiri seperti bisnis nya di Indonesia seperti apa dan produk-produknya. Selain itu penulis juga mencari informasi terkait dengan kompetitor dari Masami yang memiliki kesamaan bisnis dengan Masami sendiri. Masami memiliki salah satu keinginan untuk membuat Instagram shopping sehingga memudahkan konsumen dalam melihat produk-produk Masami melalui media sosial dengan mudah. Oleh karena itu penulis melakukan pencarian informasi terkait dengan bagaimana cara membuat *Instagram Shopping* dan juga mengambil beberapa bisnis yang sudah menggunakan Instagram Shopping. Hasil yang penulis temukan terkait pencarian Instagram Shopping adalah bahwa di Indonesia sendiri pelaku bisnis yang menggunakan fitur Instagram Shopping tidak dapat melakukan transaksi langsung di Instagram, namun tetap menggunakan pihak diluar Instagram seperti marketplace atau melalui website pelaku bisnis.

#### 4. AwalMula

Seperti dengan Masami, AwalMula merupakan klien yang akan bekerjasama dengan Communic 8. Oleh karena itu penulis mencoba membantu dalam mendapatkan informasi yang akan mendukung *pitching presentation*. Penulis juga melakukan analisa terkait dengan bisnis dari AwalMula serta mencoba mencari kompetitor yang memiliki kesamaan bisnis dari AwalMula. Penulis juga membantu dalam pencarian *Key Opinion Leader* yang sesuai dengan bisnis dari AwalMula sendiri. Dalam pencarian KOL, penulis mendapatkan arahan dari atasan untuk mencari tokoh yang memiliki konten pola hidup sehat yang meliputi olahraga, diet, dan juga kehidupan sehat. Tujuannya adalah antara KOL dan juga bisnis dari AwalMula sendiri memiliki kesamaan sehingga lebih mempermudah menarik minat konsumen. Setelah

mendapatkan informasi-informasi, penulis membantu memasukan kedalam presentasi dan juga mengikuti *pitching presentation*.

#### 5. HSB

HSB merupakan klien yang dalam tahap pendekatan untuk bekerjasama dengan Communic 8. Peran penulis dalam menangani klien ini adalah mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan HSB serta mencari informasi dari kompetitor yang memiliki kesamaan bisnis dari HSB sendiri. Kompetitor yang penulis cari adalah yang memiliki produk yang sama yaitu trading forex, dan juga sudah legal di Indonesia yang terdaftar di BAPPEBTI. Penulis hanya sempat membantu dalam pencarian tersebut saja dikarenakan saat pendekatan klien ini, praktek kerja magang penulis sudah selesai sehingga tidak dapat mengikuti *pitching presentation* untuk HSB.

#### 3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Dalam aktivitas perusahaan tentu saja terdapat beberapa hal yang akan menjadi penghambat suatu aktivitas akan sulit berkembang. Selama aktivitas praktek kerja magang saya lakukan, terdapat beberapa hal yang menjadi penghambat aktivitas baik dari posisi saya sebagai Junior Strategic planner, atau aktivitas dari Communic 8 sendiri. Berikut adalah hambatan yang penulis rasakan selama praktek kerja magang di Communic 8 :

##### 1. Kurangnya Pembuatan Konten Yang Ditujukan Untuk Konsumen Pada Klien FMC

Kendala ini terlihat adalah dimana dalam membuat konten, harus mengikuti arahan atau poin utama yang ingin dibahas oleh perusahaan sehingga kurang dapat melihat kebutuhan konten yang diperlukan masyarakat. Contohnya adalah konten yang lebih mengutamakan membahas terkait dengan produk. Pada

kenyataannya terdapat beberapa kebutuhan yang diperlukan oleh para petani.

2. Media Sosial Instagram Mercedes-Benz Bus & Truk Seharusnya Dapat Digabungkan

Seperti yang diketahui bahwa terdapat dua akun Instagram dari Daimler Commercial Vehicle Indonesia (DCVI) yaitu *mercedesbenzid\_truck* & *mercedesbenzid\_bus*. Berdasarkan konten dari kedua media sosial tersebut, kedua akun memiliki konten yang tidak jauh berbeda. Selain itu untuk akun Facebook dari perusahaan ini memiliki 1 akun yang memuat baik sisi bus maupun sisi truck.

3. Penggunaan platform *live streaming webinar* Mercedes-Benz Bus & Truck.

Menurut saya selama aktivitas *live streaming webinar* yang diselenggarakan oleh Mercedes-Benz pada 17 September 2020 dengan menggunakan platform Instagram Live, kurang sesuai. Selama proses *live streaming*, dikarenakan terdapat dua akun Instagram yaitu bus & truk, salah satu akun Instagram mengalami gangguan koneksi sehingga sempat bermasalah. Selain itu dengan menggunakan fitur Instagram live, penonton hanya terbatas dari pengguna Instagram saja.

4. Tantangan dalam bekerja di perusahaan agency

a. Selalu Mengenal Hal Baru

Selama saya bekerja di perusahaan jasa *Agency* ini saya dihadapi oleh beberapa klien yang sebelumnya mungkin saya tidak pernah mendengar nama dari perusahaan tersebut. Tidak hanya dari sisi perusahaan saja namun bidang atau industri dari perusahaan tersebut penulis tidak memiliki ketertarikan, namun itu semua sudah menjadi tugas penulis sehingga penulis harus mencoba memahami brand maupun industri tersebut.

b. Fokus Pekerjaan yang Terpecah

Dalam bekerja di perusahaan agency tentunya penulis tidak dihadapkan oleh satu klien saja namun terdapat 2 klien yang sudah

mengikat kontrak dengan Communic 8 dan juga ada klien yang memang akan bergabung dengan Communic 8. Oleh karena itu penulis tidak dapat melakukan pekerjaan dengan satu fokus namun harus mencoba membagi fokus tersebut menjadi terpecah sehingga pekerjaan yang dikerjakan dapat lebih efektif.

### 3.3.3. Solusi atas Kendala yang ditemukan

Terkait dengan kendala yang sudah penulis berikan selama praktek kerja magang di Communic 8, maka penulis dapat memberikan solusi dari kendala yang penulis alami selama praktek kerja magang :

1. Permasalahan ini tidak hanya untuk satu klien saja namun mungkin dapat terjadi kepada beberapa perusahaan. Menurut artikel dari (Carter, 2019) dikatakan bahwa salah satu bagaimana caranya membangun hubungan dengan konsumen sendiri adalah dengan mendengarkan apa yang mereka bicarakan sehingga dapat mengetahui kebutuhan dari konsumen. Berdasarkan teori tersebut cara mendekati dengan konsumen sendiri adalah dengan mengetahui apa yang mereka butuhkan. Salah satunya adalah dari FMC terkait dengan masih ada beberapa petani yang kesulitan karena serangan dari hama dan juga kesehatan tanamannya. Oleh karena itu penulis mengusulkan dengan membuat konten yang dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari petani tersebut dengan membalas kolom komentar dalam sosial media ataupun dengan hal lainnya seperti ada sesi tanya jawab. Dengan adanya konten tersebut tentunya petani akan menjadi lebih dekat karena perusahaan FMC sendiri akan dinilai peduli dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh para petani. Penulis memberikan saran kepada baik untuk klien FMC dan juga perusahaan-perusahaan lain untuk dapat lebih dekat dengan konsumen untuk mengetahui permasalahan yang sedang dihadapi oleh konsumen sehingga perusahaan dapat

membantu menjawab pertanyaan tersebut dan pada akhirnya dapat meningkatkan hubungan dengan konsumen.

2. Terkait dengan media sosial dari Mercedes-Benz Bus & Truck, menurut penulis kedua akun media sosial tersebut lebih baik digabungkan saja. Alasan penggabungan tersebut adalah kedua akun Instagram tersebut memiliki kontern yang tentunya tidak jauh berbeda sehingga untuk mempermudah dan lebih efektif penulis memberikan solusi untuk menggabungkan kedua akun tersebut menjadi satu. Selain alasan tersebut, penulis juga melihat bahwa akun Facebook dari Mercedes Bus & Truck juga hanya memiliki satu akun saja yang digabungkan ke dalam akun Daimler Commercial Vehicle Indonesia. Konten yang berada pada Instagram dan juga facebook sendiri tidak terlalu berbeda sehingga untuk meningkatkan efektifitas pengerjaan dan penyebaran konten, dalam satu platform alangkah lebih baiknya untuk menggunakan satu akun saja.
3. Pada bulan September lalu, Mercedes-Benz Bus & Truck mengadakan live streaming menggunakan platform media sosial Instagram. Namun seperti yang diketahui bahwa Mercedes-Benz Bus & Truck memiliki akun yang berbeda sehingga pada realisasinya dalam acara live streaming salah satu akun dari Mercedes-Benz yaitu akun bus memiliki gangguan sinyal dan sempat terhenti live streamingnya dan selama berhenti dari akun bus, akun truk tetap berjalan. Salah satu solusi dari kendala tersebut adalah lebih baik menggunakan webinar yang dapat diakses dengan zoom dan dapat terhubung dengan youtube. Alasan tersebut adalah penonton tetap akan menjadi lebih luas tidak hanya melalui Instagram namun bisa menonton dari youtube dan juga menggunakan aplikasi zoom.
4. Ini bukanlah termasuk kendala namun dapat dikarenakan tantangan saya dalam bekerja di perusahaan agency. Terdapat beberapa hal yang saya baru pahami selama bekerja di perusahaan *agency* .

pertama adalah ketika penulis diminta untuk mengerjakan sesuatu yang baru. Tentu dalam bekerja penulis diminta untuk menganalisa perusahaan yang penulis tidak familiar dengan perusahaan maupun industri tersebut. Hal itu membuat penulis sempat menjadi kebingungan dalam mencari data serta informasi yang dapat digunakan. Oleh karena itu penulis harus mencoba mencari informasi dan memahami perusahaan klien. Selain itu penulis juga dapat menanyakan kepada teman penulis yang memiliki hubungan terhadap klien maupun industri dari klien tersebut. Berikutnya adalah kendala penulis dalam membagi fokus. Penulis pada masa awal bekerja sempat mengalami kebingungan bagaimana dapat mencari informasi dari beberapa klien. Namun penulis diajarkan oleh atasan saya dengan melakukan adaptasi yaitu selama satu minggu satu hari hanya fokus untuk satu klien saja. Dan minggu berikutnya setelah mendapatkan pemahaman terkait dengan informasi apa saja yang harus dicari sehingga pada minggu berikutnya penulis sudah dapat memecah informasi karena sudah mengetahui apa saja yang dibutuhkan.