

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Menjabat sebagai *Social Media Officer* di dalam PT SOECHI LINES Tbk, merupakan salah satu pekerjaan yang menerapkan kemampuan *art and copywriting, Media Production & Channel Management, Digital Videography* dan juga masih banyak lagi. Dimana menjabat sebagai *social media staff*, tidak hanya penulis harus menjaga pandangan publik terhadap perusahaan namun juga wajib untuk dapat menyampaikan secara tepat mengenai informasi yang ada di dalam perusahaan kepada khalayak luas. Hal tersebut dibimbing serta di arahkan oleh Awan Ajeung yang merupakan seorang yang memiliki latar belakang ilmu komunikasi yaitu di bidang advertising yang menjabat sebagai *Recruitment & Org Development Staff*, serta dibimbing juga oleh Bayu Aditya selaku *Head Recruitment & Org Development Officer*. Berikut merupakan hasil kerja penulis selama menjabat sebagai *Social Media Officer* di dalam PT SOECHI LINES Tbk.

#### **3.2 Tugas Yang Dilakukan**

Penulis diberikan pekerjaan dari beberapa divisi terkait di bawah *HRGA Manager* Apriyanti di PT. SOECHI LINES Tbk. Selama periode kerja magang, terdapat bermacam-macam tugas terkait dengan *social media officer*, seperti :

1. *Photographer and Videographer*

Penulis ditugaskan untuk membantu melakukan beberapa pengambilan gambar untuk foto ataupun video terkait profil subjek ataupun objek yang dikerjakan di PT. SOECHI LINES Tbk. Contohnya untuk pembuatan pesan CEO yang ingin disampaikan ke publik yang berada di dalam website PT. SOECHI LINES Tbk.

Penulis melakukan pengambilan foto profil CEO PT. SOECHI LINES Tbk. Mengingat di era digitalisasi seperti saat ini, medium bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan khalayaknya tidak lagi terbatas melalui metode konvensional saja, tetapi melalui medium daring seperti pemanfaatan internet. Kurniawan (2005, p. 20) mendefinisikan media *online* sebagai media publikasi tertulis yang dipublikasikan melalui internet yang berbasis telekomunikasi dan *multimedia*. Sifat *multimedia* ini mengharuskan perusahaan untuk membentuk pesan semenarik mungkin, untuk itulah kegiatan *photographer* dan *videographer* dibutuhkan.

## 2. *Photo and Video Editor*

Dalam melakukan *photo* dan *video editor*, penulis diberi tugas untuk melakukan pengeditan dalam foto dan video yang telah di ambil untuk di edit sesuai dengan yang dikehendaki oleh divisi terkait yang melakukan *request* untuk hasil editan. Contohnya dalam membuat *unggahan* lowongan pekerjaan di akun sosial media PT. SOECHI LINES Tbk.

Agar sebuah foto ataupun video yang ingin dipublikasikan oleh perusahaan dapat diterima dengan pemaknaan yang baik oleh khalayaknya, penting bagi perusahaan untuk membentuk pesan dengan sebaik mungkin. Untuk itu kegiatan *editing* ini sangat diperlukan. Memanfaatkan aktifitas *photo* dan *video editing* dapat membantu perusahaan dalam membentuk pesan yang menarik perhatian sekaligus mempengaruhi sikap dan perilaku public (Suh & Kim, 2014, p. 7).

## 3. *Social Media Content Writer*

Menurut Nasrullah (2015, p. 35), media sosial ialah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain

membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*co-operation*). Sebagai situs jejaring, mediasosial memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan mediasosial dapat memainkan peran sebagai media komunikasi. Komunikasi merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra atau image yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan. (Morissan, 2007, p. 15).

Dalam melakukan *social media content writer*, penulis dibebaskan untuk berpikir kreatif dalam penulisan isi berdasarkan keinginan atasan penulis. Penulis melakukan penulisan kreatif kebanyakan di dalam akun Instagram PT. SOECHI LINES Tbk, dan website resmi PT. SOECHI LINES Tbk. Seringkali penulis juga melakukan penulisan *company profile* PT. SOECHI LINES Tbk.

Ketika menjadi seorang *social media officer*, penulis memperhatikan hal-hal yang oleh Luttrell dikatakan perlu untuk diperhatikan ketika mengelola media sosial, yaitu (1) *Share*, komunikator harus mempunyai strategi dalam mengguna media sosial serta media sosial apa saja yang digunakan agar komunikasi dapat berjalan efektif dan efisien, (2) *Optimize* yakni mengoptimalkan pesan yang ingin disampaikan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda-beda, (3) *Manage*, komunikator perlu mengatur media sosial dengan baik (Luttrell, 2015, p. 20).

Tabel 3. 1 Uraian Kerja Magang

| No | Project  | Note   | February 2021 |   |   |   | March 2021 |   |   |   | April 2021 |   |   |   | Mei 2021 |   |   |   |
|----|--|--|---------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|
|    |  |  | 1             | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 |
| 1  | <i>Re-design SOECHI LINES “Message From Our CEO” web page</i>                                      | Link:<br><a href="https://www.soechi.com/index/content/242/MESSAGE-FROM-CEO.html">https://www.soechi.com/index/content/242/MESSAGE-FROM-CEO.html</a> |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |
| 2  | <i>Farewell Video untuk acara Farewell Karyawan</i>  |  |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |
| 3  | Mengupdate <i>Company Profile</i> untuk PT Multi Ocean Shipyard (PT SOECHI LINES TBK Subsidiaries) |  |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |

|   |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 4 | Meng upload unggahan lowongan kerja di social media perusahaan (linkedin dan Jobstreet) | Di upload setiap hari selasa setiap minggunya  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Membuat Kartu Ucapan Lebaran  | Kartu Ucapan Lebaran ini tidak hanya di peruntukan untuk karyawan serta direksi, namun juga beberapa perusahaan yang bekerja sama dengan PT SOECHI LINES TBK |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Sumber: Olah Data Penulis, 2021

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan aktivitas kerja magang, penulis menjalankan tugas yang diberikan berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan oleh *Social Media Staff* dalam dunia perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya sebagai *Social Media Staff*, penulis dibimbing oleh Awan Ajeung serta Bayu Aditya. Beberapa tugas yang diberikan kepada penulis adalah *photographer & videographer, photo & video editor, social media content writer* dan tugas tambahan lainnya.

Berikut ini merupakan rangkuman dari beberapa hasil pekerjaan yang penulis lakukan

#### 1. Jurnal Online (*Microblogging*)

Gambar 3. 1 Desain Message from CEO

**MESSAGE FROM CEO**

“ IMPLEMENTATION OF CABOTAGE PRINCIPLE POLICY BY THE INDONESIAN GOVERNMENT AIMS TO TRANSFORM INDONESIA INTO A "GLOBAL MARITIME AXIS", RESULTING IN POSITIVE IMPACTS ON THE POTENTIAL AND OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF THE MARITIME INDUSTRY IN INDONESIA. ”

2014 was the year when the Company obtained some of the key achievements in the course of its business. Through the initial public offering (IPO), the Company has managed to change its status to a public company. On December 3rd, 2014, the Company listed its shares on the Indonesia Stock Exchange. The IPO provided opportunities and enhanced the Company's ability to find alternative sources of external funding to support the implementation of the Company's expansion strategy.

The implementation of the cabotage principle and policy by the Indonesian government aims to transform Indonesia into a "global maritime axis" have a positive impact on the potential and opportunities for the development of the maritime industry in Indonesia. The increase of national oil production indicated by the production of blocks of oil and gas such as Natuna block, Madura block (gas and condensate), LNG Tangguh train 3, including Exxon Mobile for the Cepu block as well as the construction of new refineries also give a positive impact to domestic sea transportation industry. The production of oil and gas blocks as well as the construction of new refineries will increase the need for domestic shipping transportation. In addition, the decline in world oil prices on the other hand enhances the demand for oil transportation.

As a consequence to the Instruction of President of Republic of Indonesia No. 5 /2005, the development of the Indonesian shipping industry increases significantly. Along with the implementation of the cabotage principle, the increase number of Indonesian-flagged vessels occurred from 6,000 units to 20,000 units (Ministry of Transportation).

It resulted in an increase in the shipyard needs for the construction of new vessels and a surge in demand for repair and docking ship. The government's plan programs in kapal perintis of Rp 7 trillion, the construction of 30 patrol vessels for the Maritime Security Agency of the Republic of Indonesia and Pertamina long-term contracts in the construction of new vessels provide great opportunities for the development of the shipyard companies in Indonesia. Seeing the opportunity on the needs of transporting oil and gas, by the end of 2014 the Company purchased 2 (two) Aframax oil tanker. As a newcomer in the shipyard business, the Company has made significant achievements. Since the end of 2013, the Company was able to accept the construction of a new ship to medium-tankers capacity that was equal to 17,500 DWT. Currently the Company has obtained five (5) new ship-building contracts.

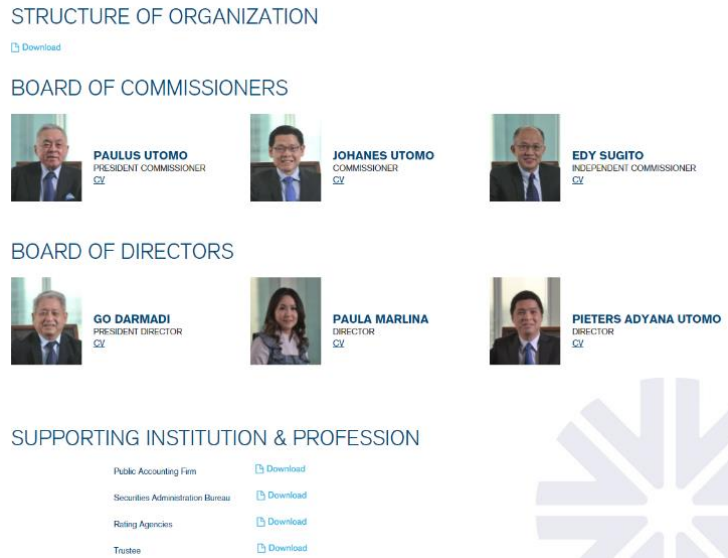
I would like to thank and appreciate the Shareholders, the Board of Commissioners and all Stakeholders for your attention, commitment, cooperation and support that have been given to the Company, so that we can achieve our vision.

- JOURNEY IN BRIEF
- VISION, MISSION & VALUES
- MILESTONES
- AN INTEGRATED CORPORATION
- SHAREHOLDERS
- ARTICLE OF ASSOCIATION

**Go Darmadi**  
President Director

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 2 Desain Struktur Organisasi



Sumber: Dokumentasi Penulis

Pada tanggal 11 Februari 2021 Bayu Aditya menugaskan Penulis serta Awan Ajeung untuk mengerjakan proyek perubahan *design website* serta sepatah dua kata yang CEO ingin sampaikan ke publik yang berada di dalam *website* tersebut. Untuk itu Penulis dan Awan bekerja sama untuk menyelesaikan proyek tersebut. Awan Ajeung Serta Penulis menentukan jadwal pemotretan untuk direksi perusahaan SOECHI LINES.

Dalam menyebarkan sebuah publikasi pada laman *soechi.com*, penulis melakukan kegiatan dokumentasi atau pemotretan serta wawancara dengan CEO SOECHI LINES. Hasil transkrip wawancara penulis olah sesuai dengan arahan atasan penulis dalam pemilihan kata serta pesan komunikasi apa yang ingin disampaikan oleh CEO SOECHI LINES. Setelah konten materi publikasi laman *website* terlah penulis selesaikan, konten tersebut dikirimkan kepada Awan Ajeng dan diunggah oleh penulis ke *website Soechi.com*.

Gambar 3. 3 Desain Company Profile SOECHI



Sumber: Dokumentasi Penulis

Pada tanggal 24 Maret 2021, Divisi IT Mengajukan *ticket HELPDESK* kepada Bayu Aditya untuk mengerjakan sebuah projek untuk melakukan optimalisasi laman *website* Soechi.com. Terdapat beberapa konten yang harus dipublikasikan oleh penulis sebagai pesan SOECHI untuk khalayaknya, yaitu *file Company Profile* untuk anak perusahaan PT.SOECHI LINES Tbk. yaitu PT. Multi Ocean Shipyards. Setelah terbuat tiket pengerjaan di *website HELPDESK*, Penulis pun memulai projek pembaharuan tersebut.



## 2. Optimalisasi Media Internal SOECHI

Gambar 3. 4 Video Apresiasi Karyawan



Sumber: Dokumentasi Penulis

Tidak hanya memfokuskan kewajiban untuk membuat pesan bagi publik eksternal perusahaan, penulis sebagai *social media officer* juga ditugaskan untuk pembuatan pesan atau konten untuk publik internal perusahaan.

Pada tanggal 25 Februari 2021, *President Director* Go Darmadi mengajukan proyek Pembuatan Video Farewell guna memberikan apresiasi terhadap karyawan yang akan pensiun kepada Divisi Employee Relation (ER). Bayu Aditya kemudian mengarahkan Divisi ER untuk membuat Tiket *HELPDESK* yang ada di dalam *website helpdesk* PT. SOECHI LINES Tbk. Dimana aplikasi ini dapat menginformasikan mengenai kebutuhan tim lain terhadap tim lainnya. Setelah tiket dibuat, Bayu Aditya pun menginfokan mengenai tiket, proyek, dan juga *contact person* dari *project* tersebut kepada Awan Ajeung agar dapat di informasikan kepada penulis untuk dimulai.

Gambar 3. 5 Video Apresiasi Karyawan



Sumber: Dokumentasi Penulis

Pada tanggal 26 Februari 2021, Penulis pun mulai menghubungi beberapa karyawan PT SOECHI LINES yang dekat dengan Karyawan yang akan pensiun tersebut, kemudian penulis pun meminta untuk melakukan wawancara guna dapat memberikan sepatah dua kata untuk yang dituju. Penulis pun memulai pembuatan video tersebut pada tanggal 1 Maret 2021.

Pada tanggal 23 Mei 2021, penulis pun menyelesaikan video perpisahan tersebut setelah menyesuaikan revisi yang diberikan selama masa pembuatan video tersebut, kemudian penulis pun memberikan informasi serta data dari video tersebut kepada Awan Ajeung dan Bayu Aditya agar dapat menutup tiket serta memberikan video final terhadap Divisi ER sebagai klien.

Konten video ini dipublikasikan oleh penulis pada berbagai *platform social media* SOECHI LINES seperti *website, instagram*, serta LinkedIn. Penulis menyertakan *caption* berisikan pesan yang mencerminkan semangat bekerja karyawan SOECHI LINES. Pada akun media sosial LinkedIn, pesan didesain untuk menggambarkan serta agar dapat mempersuasi khalayak agar mau bergabung dengan SOECHI LINES sebagai tempat bekerja yang penuh rasa kekeluargaan dan kebersamaan.

### 3. Optimalisasi Media Sosial LinkedIn SOECHI LINES

Gambar 3. 3 Update LinkedIn SOECHI



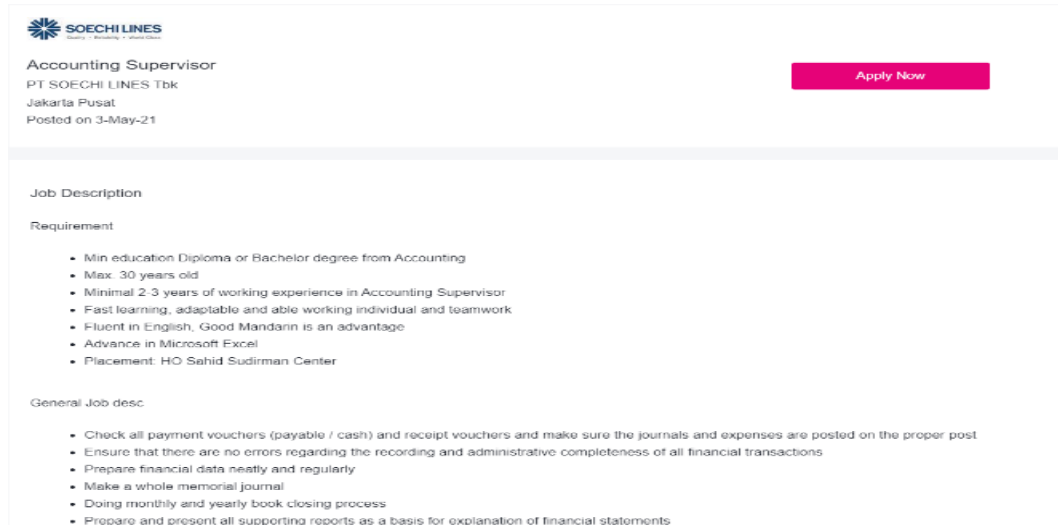
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 4 Upload Lowongan Pekerjaan pada LinkedIn



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 5 Upload Lowongan pada Job Street



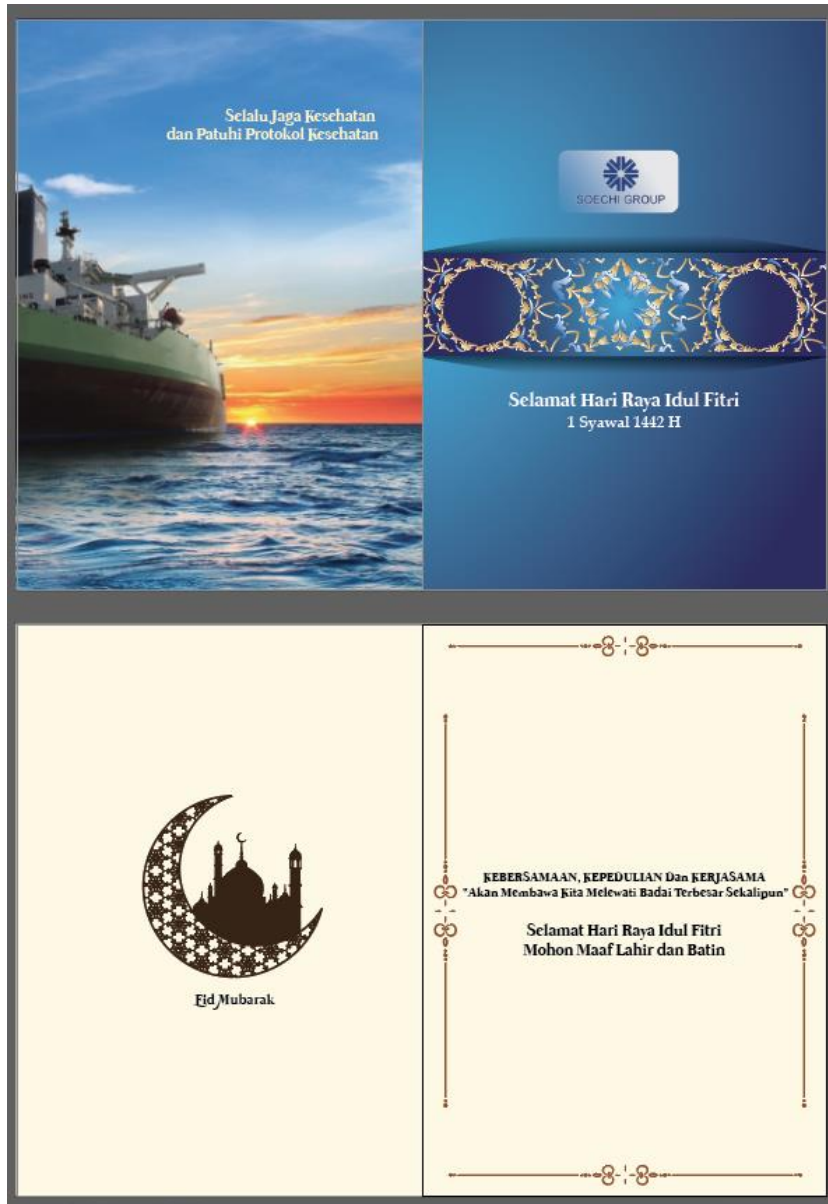
Sumber: Dokumentasi Penulis

Menjabat sebagai *Social Media Staff*, penulis mempunyai konten yang wajib untuk di *upload* setiap minggunya dimulai dari bulan Februari menuju bulan Maret. Penulis mendapatkan informasi mengenai informasi mengenai *design* serta beberapa kriteria mengenai lowongan kerja di perusahaan PT. SOECHI LINES TBK pada hari Kamis, dan Penulis membuat *design* serta penulisan *caption* atau pesan informasi untuk lowongan kerja tersebut. Setelah selesai peng-*upload*-an dilakukan disetiap hari Selasa di minggu depannya.

Fungsi dari media sosial LinkedIn ialah membuat konten publikasi yang dapat mempersuasi, serta menarik perhatian khalayak untuk bergabung di SOECHI LINES, untuk itu penulis diminta untuk membuat pesan postingan yang mencerminkan citra baik SOECHI LINES, serta *benefits* yang dapat dirasakan bila bergabung dengan SOECHI LINES.

#### 4. Konten Media Sosial Perayaan Hari Raya

Gambar 3. 9 Upload Desain Hari Raya



Sumber: Dokumentasi Penulis

Mendekati hari raya lebaran tepat di tanggal 26 April 2021, sebagai seorang *social media officer* merupakan tugas penulis untuk membuat konten terkait perayaan hari raya terdekat yaitu Idul Fitri. Untuk itu penulis membuat

desain konten untuk publikasi. Setelah desain sudah disetujui oleh Awan Ajeung dan Bayu Aditya, penulis pun membuat deskripsi *caption* untuk pesan hari raya pada media sosial *Instagram* SOECHI LINES. Tidak lupa menggunakan hash tags yang relevan dengan hari raya serta semangat dari SOECHI LINES

### **3.3.1 Kendala Proses Kerja Magang**

Dalam menjalani praktik kerja magang, fungsi *Social Media Staff* dalam PT. SOECHI LINES Tbk. Tidak selalu berjalan dengan maksimal. Terdapat beberapa kendala yang dialami oleh penulis dan tim internal PT. SOECHI LINES Tbk. Seperti :

#### **1. Kesulitan dalam Membuat Konten Kreatif**

Dalam menjalankan pekerjaan sebagai *social media staff*, seringkali penulis mengalami kesulitan dalam membentuk sebuah pesan serta desain visual yang kreatif dan sesuai dengan citra yang ingin dibangun oleh SOECHI LINES pada publiknya. Mengingat *Social media* merupakan jembatan komunikasi perusahaan dengan khalayak, penulis perlu membentuk pesan komunikasi dengan sebaik dan sekreatif mungkin sehingga pesan perusahaan dapat tersampaikan dengan baik.

#### **2. Management Konten yang Kurang Terarah**

Peran penulis sebagai *social media staff* memanglah dituntut untuk dapat bergerak cepat dalam menangani *request* dari tim internal maupun klien PT. SOECHI LINES Tbk. Pada tim *social media* SOECHI tidak memiliki *key indicator performance* yang terorganisir. Mengingat KIP *social media* merupakan salah satu bagian penting untuk menentukan strategi media sosial.

Dikarenakan tidak ada *key indicators performance* yang terarah, sehingga manajemen konten dalam PT SOECHI LINES Tbk tidak terarah,

hanya mengandalkan *request* atau konten *annual* seperti hari raya atau publikasi *event* penting di PT SOECHI LINES Tbk.

### 3. Kurang memaksimalkan *Platform* Media Sosial

Saat ini telah bermunculan beragam *platform* media sosial yang dapat kita temukan di internet. Akan tetapi PT SOECHI LINES Tbk belum secara maksimal menggunakan seluruh media sosial tersebut dan hanya aktif di *website*, *Instagram*, serta LinkedIn. Tidak memanfaatkan seluruh *platform* media sosial akan memperkecil *reach* atau jangkauan perusahaan kepada publiknya.

Konten yang dipublikasi di LinkedIn hanya seputar postingan *job vacancy*, padahal terdapat beragam konten yang bisa dipublikasi, seperti infografis seputar layanan jasa SOECHI LINES, *fun facts* mengenai jasa SOECHI, info webinar, dsb. Untuk memaksimalkan penggunaan *Instagram*, konten juga tidak hanya sebatas mempublikasi foto layanan jasa dari PT SOECHI LINES, Ucapan hari raya, tetapi juga bisa membahas mengenai konten *trivia*, atau konten yang sekiranya dapat membentuk *engagement* dengan audiens media sosial.

Solusinya atas kendala yang dialami yang dapat diberikan penulis adalah, pihak PT. SOECHI LINES Tbk. Atas kendala kesulitan dalam membuat konten kreatif, kedepannya tim *social media* PT SOECHI LINES bisa membuat *monthly social media plan* untuk membuat ide-ide konten sosial media yang lebih runut, tidak, repetitif, dan , agar terarah dan dapat mengikuti tren media sosial terkini. Atas kendalan manajemen konten yang kurang terarah, selain melalui penerapan *social media plan* setiap bulannya, tim *social media* PT SOECHI LINES juga dapat menentukan *social media metrics* untuk mengukur efektifitas dan keterarahan dari konten yang dihasilkan. Apakah telah sesuai dengan *key performance indicators* yang telah ditentukan. Untuk pengelolaan *website* juga bisa menggunakan *tools* seperti *Google tag manager* untuk memudahkan pengelolaan *tag* pada sebuah *website* ataupun media sosial.

Untuk mengatasi kendala kurangnya memaksimalkan *platform* media sosial, mengacu pada apa yang disampaikan oleh Shel Holtz (Holotz dalam Soemirat & Ardianto, 2003) sebuah perusahaan perlu memaksimalkan penggunaan media sosialnya, mengingat media tersebut dapat berperan sebagai sarana iklan, media, alat pemasaran, penyebaran informasi, dan juga siapapun dapat mengakses media ini tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Sehingga alangkah lebih baiknya bila SOECHI LINES lebih aktif membawa perusahaannya untuk beralih ke arah yang lebih digital secara keseluruhan.

PT SOECHI LINES Tbk dapat membuat konten yang lebih beragam dan tidak repetitif, tetapi tetap tidak merubah semangat nilai-nilai yang dimiliki oleh perusahaan. Melalui beragam konten yang dibentuk, dan pemanfaatan berbagai *platform* media sosial, maka *reach* serta *engagement* yang dapat terbentuk akan semakin luas juga.