

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama pelaksanaan praktik kerja magang di Mal Teraskota BSD, penulis ditempatkan di posisi *Event and Promotion*. Praktik kerja magang ini dilaksanakan selama 60 Hari Kerja. Penulis disupervisi oleh Argi Setiawan selaku *supervisor* divisi *event and promotion*. Pekerjaan yang dilakukan penulis terkait dengan pengelolaan *event* dan media sosial Mal Teraskota BSD.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan praktik kerja magang di Mal Teraskota BSD, penulis bertugas membuat penawaran kerjasama media promosi, dokumentasi event, update website, update privillage card dan mengunjungi ke setiap tenant untuk menanyakan promo yang sedang berlangsung guna di informasikan kepada pengunjung. Berikut adalah paparan tugas selama penulis melaksanakan kerja magang di Mal Teraskota BSD.

Tabel 3.1 Uraian Timetable dan Kegiatan Kerja Magang Penulis

| No | Jenis Pekerjaan | Uraian Pekerjaan | Bulan I | | | | Bulan II | | | | Bulan III | | | |
|----|-----------------|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|-----------|---|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | Social Media | <ul style="list-style-type: none"> • Memilih <i>caption</i> yang dapat menarik minat masyarakat untuk mengunjungi Mal Teraskota BSD dan dokumentasi <i>event</i> <i>tenant</i> (<i>Content</i>) • Perencanaan konten Instagram & menjawab dan berdiskusi bersama pembimbing magang jika ada keluhan saran dan lainnya yang diberikan oleh <i>followers</i> @teraskotabsd (<i>Communications</i>) • Membuat postingan kerjasama dengan <i>tenant</i> yang ada di Mal Teraskota BSD (<i>Collaborations</i>) • Pengelolaan & <i>monitoring</i> media sosial @teraskotabsd supaya Mal Teraskota BSD dapat terkoneksi baik dengan masyarakat (<i>Connections</i>) | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2020

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Social Media Marketing

Media sosial memiliki peran penting bagi aktivitas komunikasi pemasaran terutama dalam mempromosikan produk atau layanan yang dimiliki oleh perusahaan kepada publik. Menurut Drury (2016, p. 17), penggunaan media sosial sudah mulai sering digunakan dalam pemasaran, komunikasi publik, kantor atau departemen yang berhubungan langsung dengan konsumen atau stakeholder. Dalam bisnis juga media sosial adalah salah satu saluran yang mendukung komunikasi dalam memasarkan barang dagangan secara cepat dan menguntungkan dibandingkan dengan menjual langsung ke pasar. Penggabungan media sosial dengan pemasaran adalah untuk mendukung kinerja pemasaran seiring perkembangan teknologi dan informasi. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012, p. 568), media sosial adalah sebuah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi berupa teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain termasuk juga dengan perusahaan atau sebaliknya. Melalui media sosial, seseorang dapat saling terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Melalui media sosial, kita dapat secara langsung berinteraksi dengan orang lain, baik melalui komentar dalam media sosial maupun dengan sekedar memberikan like pada setiap postingan seseorang. *Social media marketing* adalah sebagai sebuah proses yang memberdayakan individu dan perusahaan untuk mempromosikan *website* mereka, produk atau layanan *online* dan melalui saluran sosial untuk berkomunikasi dengan sebuah

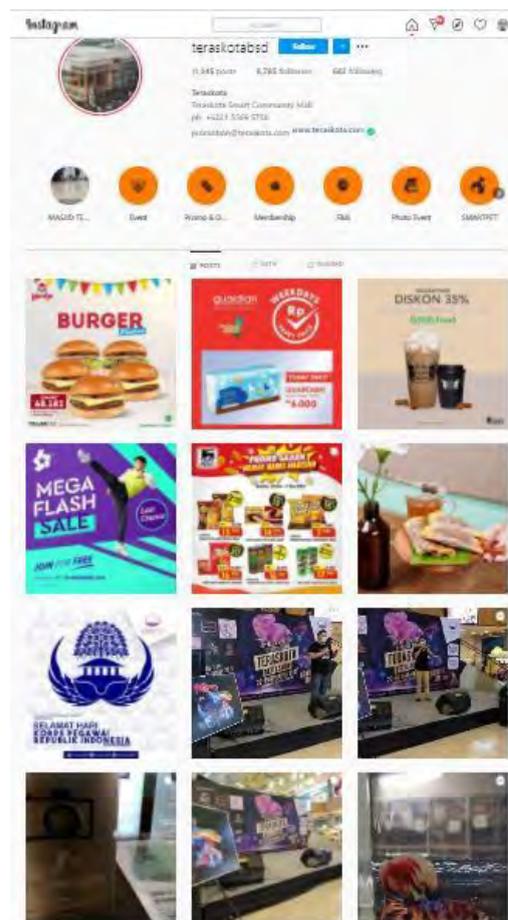
komunitas yang jauh lebih besar yang tidak mungkin tersedia melalui saluran periklanan tradisional.

PT Deyon Resources menjadi salah satu perusahaan di Tangerang yang menggunakan *social media marketing* untuk mempromosikan Mal Teraskota BSD kepada khalayak luas. Heuer dalam Solis (2011, p. 203) menyebutkan adanya 4C sebagai suatu framework dalam penggunaan media sosial yang dijabarkan dengan penjelasan berikut:

- *Context*: Bagaimana suatu perusahaan atau organisasi mbingkai suatu cerita. Meliputi bentuk pesan, penggunaan bahasa dan ketersediaan konten serta kualitasnya. Pada pelaksanaan magang, penulis harus membuat konten untuk menarik perhatian dan minat masyarakat untuk berkunjung ke Mal Teraskota BSD, seperti membuat *caption* yang dapat menarik minat masyarakat untuk mengunjungi Mal Teraskota BSD dan dokumentasi *event* maupun *tenant*.
- *Communications*: Praktik membagikan pesan/cerita sebaik disaat kita mendengarkan, memberi respon, dan berkembang melalui cara yang membuat pengguna nyaman dan mampu menerima pesan dengan baik. Pada pelaksanaan magang, penulis harus membuat *instagram planning* terlebih dahulu. Menurut Desti (2017), adanya perencanaan konten khususnya di media sosial seperti Instagram akan membuat label produk lebih dikenal. Untuk mencapai hasil yang maksimal, media sosial harus dirancang secara *continue* dan konsisten.

Konten yang dibuat juga harus dirancang agar sesuai dengan target *audiens* yang diinginkan. Oleh karena itulah perencanaan konten Instagram yang baik perlu dilakukan untuk meningkatkan *awareness* dan juga *interest* masyarakat untuk mengunjungi Mal Teraskota BSD. Selain itu, penulis juga harus menjawab dan berdiskusi bersama pembimbing magang jika ada keluhan saran dan lainnya yang diberikan oleh *followers* @teraskotabsd.

Gambar 3.1 Media Sosial @teraskotabsd



Sumber: [instagram.com/teraskotabsd](https://www.instagram.com/teraskotabsd), 2020

- *Collaborations*: Cara perusahaan atau organisasi bekerja bersama agar menghasilkan hal-hal yang baik. Meliputi kerja sama dari akun media sosial dengan penggunanya dalam menjadikan hal baik tersebut lebih efisien dan efektif. Pada pelaksanaan magang, kolaborasi yang dilakukan ditunjukkan lewat postingan kerjasama dengan *tenant* yang ada di Mal Teraskota BSD.

Gambar 3.2 Contoh *collaborations* @teraskotabsd dengan *tenant*



Sumber: [instagram.com/teraskotabsd](https://www.instagram.com/teraskotabsd), 2020

- *Connections*: Bagaimana menjaga hubungan yang sudah terbina. Misalnya melalui hal yang berkelanjutan agar pengguna merasa lebih dekat dengan organisasi dan perusahaan. Meliputi relevansi, asosiasi, dan loyalitas publik. Pada pelaksanaan magang, media sosial Instagram @teraskota memudahkan masyarakat untuk lebih dekat dan juga mendapatkan informasi mengenai *tenant-tenant* maupun *event-event* yang ada di Mal Teraskota BSD. Dengan pengelolaan media sosial yang

baik, masyarakat dan juga Mal Teraskota BSD akan terkoneksi dengan baik.

Gambar 3.3 Informasi *Tenant & Event* di Mal Teraskota BSD



Sumber: [instagram.com/teraskotabsd](https://www.instagram.com/teraskotabsd), 2020

3.4 Kendala Kerja Magang

Adapun beberapa kendala yang ditemukan dalam proses kerja magang di Mal Teraskota BSD antara lain:

- Kendala yang penulis hadapi selama kerja magang adalah kurangnya koordinasi mengenai konten apa yang sebaiknya di *upload* di media sosial setiap harinya. Kurangnya *briefing* mengenai

konten yang harus dibuat membuat penulis terkadang kesulitan untuk membuat konten.

- Belum ada divisi khusus seperti desain komunikasi visual. Hal ini berdampak pada pembuatan konten untuk keperluan promosi dan event kurang optimal.

3.5 Solusi terhadap Kendala yang Ditemukan

Adapun solusi terhadap kendala yang ditemukan selama pelaksanaan kerja magang di Mal Teraskota BSD antara lain:

- Adanya koordinasi antar anggota tim sehingga setiap individu dapat menyelesaikan tugasnya masing-masing dengan maksimal.
- Adanya *staff* khusus di bagian komunikasi visual guna untuk membuat konten-konten yang menarik seperti media promosi, *flyer* acara bulanan, dan lain-lain.