

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada aktivitas praktik kerja magang yang dilakukan penulis berlangsung dari 20 Juli 2020 hingga 30 Desember 2020. Penulis ditempatkan pada tim *marketing*, divisi *Social Media Marketing*. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis dibimbing oleh Annisa Fitri Ade Mauna selaku *Social Media Marketing Executive* sejak tanggal 20 Juli 2020 hingga 04 Desember 2020. Seluruh divisi marketing juga diawasi oleh *Marketing Manager*, Ratri Endah Rahayu.

Penulis juga melakukan kerja sama dengan divisi lain di SIRCLO. Seperti tim *People Operations* (POPS) dan *User Success* dalam mempersiapkan *segment* konten pada Instagram @insidesirclo, serta persiapan konten Tiktok akun SIRCLO. Kerja sama ini berlangsung dengan rutin, sehingga penulis mendapatkan jadwal rutin untuk melakukan meeting dengan tim terkait. Penulis memiliki jadwal rutin dalam melakukan *meeting* dengan tim POPS seminggu 2 kali. *Meeting* ini dibagi 2 dengan jadwal diskusi ide konten dan juga *report*. Penulis berkolaborasi dengan semua divisi pada tim marketing. Pada persiapan ide konten, hasil diskusi akan diteruskan kepada *Marketing Manager* guna menyesuaikan isi konten dengan *goals* perusahaan pada periode tertentu. Setelah itu, proses produksi konten juga akan dibantu oleh *creative team* guna menciptakan visual yang menarik. Beberapa *event* dan konten blog juga membutuhkan publikasi di media sosial sehingga kolaborasi juga akan dilakukan bersama *team event & content marketing*. Beberapa konten juga akan membutuhkan iklan yang akan dikerjakan oleh *Assistant Digital Marketing Manager*.

Penulis juga dipercayakan untuk mengambil alih secara penuh dalam proses produksi dan pengelolaan akun media sosial TikTok SIRCLO. Penulis dalam melakukan praktik kerja magang di SIRCLO tidak hanya bertugas untuk membantu, namun juga diajarkan untuk

mempertanggungjawabkan segala hal yang dilakukan dalam proses produksi konten hingga pengelolaan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Saat melaksanakan praktik kerja magang, penulis diberikan tanggung jawab atas beberapa tugas yang dipercayakan oleh mentor. Selama empat bulan menjalankan praktik magang, penulis mendapatkan tugas seperti: *brainstorming* ide perancangan konten, mengatur jadwal postingan, membuat konten media sosial, melakukan *report*, dan sebagainya. Berikut merupakan uraian praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis, yakni:

Tabel 3.1 *Timeline* Pelaksanaan Kerja Magang

No.	Pekerjaan	Detail Kegiatan	BULAN																								
			Juli		Agustus					September					Oktober					November							
			5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
1	Penyusunan Konten	Brainstorming ide konten	■					■					■					■					■				
		Menyusun deck postingan	■	■				■	■				■	■				■	■				■	■			
		Membuat konten	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Membuat caption	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	Pengelolaan Media Sosial	Upload konten	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
		Membalas <i>Direct Message</i> Media Sosial	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		<i>Screening</i> Media Sosial					■	■					■	■				■	■				■	■			■
3	Membuat Laporan	Laporan mingguan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
		Laporan Bulanan		■					■					■					■					■			
4	Meeting	Meeting Internal	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
		Meeting Eksternal	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	

Sumber: Olahan Penulis, 2020

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Social media marketing adalah salah satu *communication tools* yang digunakan oleh organisasi (Keller dan Kotler, 2016, p. 596). Selama melakukan praktik magang, media sosial SIRCLO juga digunakan sebagai alat perusahaan untuk memasarkan produk sekaligus berinteraksi dengan *audience* yang ada. Menurut Paramitha dalam Pakuningjati (2015, p. 10) di dalam proses pengelolaan media sosial ada tiga proses yang dilakukan yakni:

1. Perencanaan, melakukan perencanaan dimulai dari pemilihan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial beserta isi kontennya.
2. Aktivasi, menentukan informasi yang akan disampaikan dan mengawasi proses dari awal hingga akhir aktivitas media sosial.
3. Pengawasan serta optimalisasi, proses evaluasi konten.

Proses ini selaras dengan kegiatan praktik magang yang dijalankan oleh penulis. Dalam pelaksanaannya, penulis sudah menerapkan tiga proses menurut Paramitha dalam pengerjaan praktik magang.

Dalam melakukan praktik kerja magang selama empat bulan di SIRCLO sebagai *Social Media Marketing*, penulis melakukan beberapa pekerjaan seperti pembuatan ide konten, pengelolaan aktivitas media sosial, dan pembuatan laporan baik mingguan dan bulanan semua media sosial SIRCLO. Selain itu penulis juga harus memahami aspek budaya kerja, profil organisasi, dan aspek teknologi seperti sistem di situs SIRCLO. Berikut adalah perincian dari tugas yang dikerjakan oleh penulis:

3.3.1 Perencanaan Ide Konten

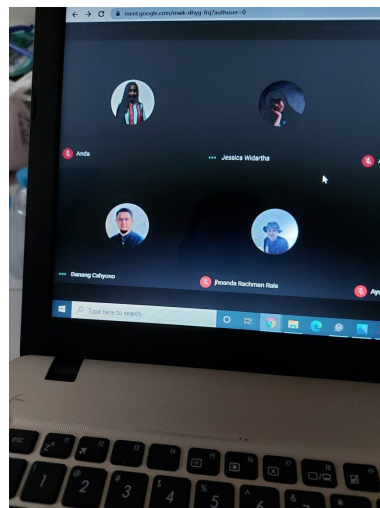
Menurut Paramitha dalam Pakuningjati (2015, p. 10), proses perencanaan adalah melakukan perencanaan dimulai dari pemilihan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial beserta isi kontennya.

Dalam melakukan aktivitas pembuatan ide konten, penulis diarahkan agar dapat membuat ide perancangan konten marketing yang menarik pada media sosial SIRCLO. *Content marketing* merupakan pengelolaan konten teks, multimedia, audio dan video yang bertujuan untuk melibatkan pelanggan dan prospek untuk memenuhi tujuan bisnis yang dipublikasikan melalui media cetak dan digital, termasuk *platform* web dan seluler seperti: situs penerbit, blog, media sosial, dan situs perbandingan (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Sama halnya dengan aktivitas yang dilakukan penulis pada SIRCLO. Penulis melakukan diskusi bersama mentor untuk menciptakan konten pada semua jejaring media sosial. Konten yang direncanakan juga harus tetap *engaging* dan menarik minat *followers*.

Tahap-tahap penulis dalam melakukan perancangan ide konten hingga melakukan publikasi konten dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Tahap pertama, penulis dan mentor berdiskusi mengenai tujuan yang ingin dicapai perusahaan dalam waktu sebulan. Penulis dan mentor akan berusaha membuat konten yang selaras dengan aktivitas ataupun promo dari perusahaan.

Gambar 3.1 *Content Discussion*



Sumber: Olahan penulis, 2020

- Tahap kedua, penulis dan mentor akan membuat *planning deck* yang berisikan jadwal naiknya publikasi.

Gambar 3.2 Content Calendar

Sumber: Olahan penulis, 2020

- Tahap ketiga, penulis dan mentor akan membuat konten yang kemudian akan diserahkan kepada tim *creative*.

Gambar 3.3 Content December

SENIN (7/12)

@sirclosolution

- TRIVIA: Consumer Behaviour**

[HEADLINE]
Setelah pandemi, produk yang berhubungan dengan **kebutuhan dapur** di beberapa negara seperti **Singapura, Vietnam, dan Filipina** sangat tinggi. Contohnya, pencarian dengan **keyword "Air Fryer"** meningkat **190%** di Singapura atau **"Coffee Maker"** yang meningkat **33%** di Filipina.
- INFOGRAFIK: Pandemi, Buat Customer Lebih Tertarik dengan Promo**

[HEADLINE]
Pandemi, Buat Customer Lebih Tertarik dengan Promo

Kenapa begitu ya?

[BODY1]
Sudah gak asing lagi kalau Pandemi COVID-19 ini membuat customer lebih berhati-hati lagi dalam berbelanja. Pastinya, pandemi ini berdampak besar terhadap keuangan kita. Iya kan?

[BODY2]
Berdasarkan survey di **Singapura**, **47%** mengaku bahwa Pandemi COVID-19 ini memang **mengganggu keuangan** mereka baik secara **personal** maupun keuangan dalam **keluarga**.

[BODY3]
Bahkan di **Filipina**, angkanya cukup tinggi menembus angka sampai **87%**! Dan hal ini juga terjadi di Indonesia. Memang, minat belanja **online** menjadi tinggi setelah adanya pandemi namun kebanyakan masyarakat memilih **menunggu adanya promo!**

[BODY4]
Nah, jadi ini juga menjadi **momen yang tepat** untuk bisnis kamu **memberikan promo** terutama untuk produk yang paling banyak dibutuhkan. Seperti elektronik, kebutuhan makanan, vitamin, dan keperluan rumah tangga.

Sumber: Olahan penulis, 2020

4. Tahap keempat, penulis membuat *caption* yang menarik pada setiap postingan. Setelah konten publikasi sudah diberikan kembali oleh tim kreatif, maka penulis dapat melakukan publikasi konten.

Gambar 3.4 *Caption*

1	A	B	C	D	E
	Date Platform	Information	Brief Key Visual	Caption	
5	10-Nov-2020 Feeds @sirclosolution			<p>Selamat Hari Pahlawan Nasional!</p> <p>Bangsa yang besar adalah bangsa yang menghargai jasa pahlawannya. Dan cara terbaik untuk menghargai jasa para pahlawan adalah memercikan perjuangan mereka dengan menjaga keutuhan bangsa. Terus bersemangat yuk! #MemoriSIRCLo untuk menjadi penerus bangsa yang memiliki cita-cita untuk memajukan negeri kita!</p> <p>—</p> <p>#insidesirclo #inspireTheFuture #PulihkanJarak #SellItYourWay #LebiPostif</p> <p>—</p> <p>#SIRCLo #SIRCLoStore #SIRCLoCommerce #Commu #SIRCLoChat #onlineNews #quarantine #PSD #workfromhome #fufuella #workoffice #future #positivevibes #motivation #ifehack #leadership #digital #innovation #pahlawan #renesibangsa</p>	
6	11-Nov-2020 Feeds @sirclosolution		Hari Pahlawan	<p>Penulisan Promo Yang Menarik Harusnya Begini Nih!</p> <p>Semakin dekat dengan perayaan harbolnas, brand kamu perlu tahu nih penulisan promo yang menarik dapat berpengaruh loh terhadap minat beli customers. Penulisan promo brand kamu harus dibikin semenarik mungkin, agar customer tertarik dengan penawaran yang kamu berikan! Tapi caranya gimana yah? Coba cari tahu lebih yuk, siapa tahu bisa jadi inspirasi brand kamu saat harbolnas nanti!</p>	
7	12-Nov-2020 Feeds @sirclosolution		Tips Penulisan Promo Anti Mainstream! Kata-Kata Ampuh Untuk Promosi	<p>Kata-kata Ini Bisa Kamu Terapkan Saat Harbolnas</p> <p>Saat menawarkan promosi selain produk yang menarik, cara penyampaian kamu juga harus diperhatikan. Pemilihan kata bisa menjadi sangat krusial loh, dengan sampai penawaran yang ingin kamu sampaikan malah tidak diterima dengan benar oleh audens. Setiap pemilihan kata memiliki makna dan kesan yang berbeda, oleh sebab itu pastikan untuk menggunakan kata-kata yang benar sekaligus menarik! Inikah apa lagi nih kata-kata yang ampuh digunakan saat promosi? Sharing barang yuk!</p>	

Sumber: Instagram @sirclosolution

Konten pada media sosial SIRCLO dispesifikasikan menjadi konten infografik, fakta menarik, trivia, *hardsell*, *soft sell*, *event*, promosi, ucapan hari raya, *hiring*, hingga *snackable*. Semua *segment* konten memiliki tujuannya masing-masing, namun akan tetap mengarah pada ranah pebisnis *online*.

1. Infografik, konten-konten edukasi yang bermanfaat.

Gambar 3.5 Contoh konten infografik



Sumber: Instagram @sirclosolution, 2020

2. Fakta menarik/ trivia, pemberian fakta unik dan terbaru mengenai *trend* bisnis.

Gambar 3.6 Contoh konten Fakta Menarik



Sumber: Instagram @sirclosolution, 2020

3. *Hard sell & Soft Sell*, konten berjualan secara langsung dan secara tidak langsung.

Gambar 3.7 Contoh konten *hard selling & soft selling*



Sumber: Instagram @sirclosolution, 2020

4. *Event*, konten publikasi tentang acara yang akan diselenggarakan oleh SIRCLO.

Gambar 3.8 Contoh konten *event*



Sumber: Instagram @sirclosolution, 2020

5. Ucapan hari raya, peringatan-peringatan pada hari libur ataupun hari besar lainnya.

Gambar 3.9 Contoh konten ucapan hari raya



Sumber: Instagram @sirclosolution, 2020

6. *Hiring*, konten publikasi saat SIRCLO membuka lowongan pekerjaan.

Gambar 3.10 Contoh konten *hiring*



Sumber: Instagram @sirclosolution, 2020

7. *Snackable*, konten ringan untuk hiburan sekaligus berinteraksi dengan *audience*.

Gambar 3.11 Contoh konten *snackable*



Sumber: Instagram @sirclosolution, 2020

3.3.2 Aktivasi Media Sosial

Menurut Paramitha dalam Pakuningjati (2015, p. 10), proses ini menentukan informasi yang akan disampaikan dan mengawasi proses dari awal hingga akhir aktivitas media sosial. Media sosial sendiri merupakan wadah untuk memperkuat hubungan yang sudah terbentuk di dunia nyata serta untuk mencari jaringan baru (Hisyam & Pamungkas, 2016, p. 459). Pernyataan ini selaras dengan tujuan media sosial yang digunakan oleh SIRCLO. Diharapkan dengan penggunaan dan pengelolaan media sosial secara optimal dapat meluaskan jaringan SIRCLO terhadap masyarakat bahkan mendatangkan *potential leads*.

Pengelolaan media sosial merupakan hal yang cukup krusial. Hal ini dikarenakan efek dari media sosial dapat menciptakan *image* perusahaan. Dalam pelaksanaannya juga pengelolaan media sosial memerlukan persiapan yang matang agar

tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Beberapa tujuan SIRCLO dalam menggunakan media sosial adalah untuk menjangkau *audience* yang lebih luas, meningkatkan penjualan, *branding*, hingga penyebaran informasi baik mengenai produk maupun perusahaan. Saat ini tim *Social Media Marketing* SIRCLO mengelola lima *platform* media sosial yakni: Instagram @sirclosolution & @insidesirclo, Facebook SIRCLO & ICUBE, Twitter @sirclosolution, TikTok @sirclo, dan YouTube SIRCLO. Selama melakukan praktik magang, penulis mengambil peran dalam lima media sosial yang SIRCLO miliki.

Akun Instagram SIRCLO yang kini memiliki 22.500 pengikut per Januari 2021 memiliki *traffic* yang cukup baik. Penulis diberikan tanggung jawab untuk menyusun konten, membalas *direct message*, *screening*, dan *report*. Akun Instagram SIRCLO ada dua yaitu @sirclosolution yang digunakan untuk keperluan bisnis dan @insidesirclo untuk konten internal. Berikut adalah contoh konten yang dikerjakan oleh penulis pada akun Instagram SIRCLO:

Gambar 3.12 Contoh Konten Instagram



Sumber: @sirclosolution

Akun Twitter @sirclosolution memiliki 1.560 total pengikut per Januari 2021. Penulis juga bertanggung jawab dalam menyusun konten, membalas *direct message*, *screening*, dan juga *report*. Konten yang dimuat pada akun Twitter akan disesuaikan dengan kebutuhan. Terdapat beberapa postingan yang akan disamakan dengan konten pada *platform* Instagram, namun ada juga beberapa konten yang dibuat secara terpisah dan berbeda dari akun Instagram SIRCLO. Berikut contoh konten yang dikerjakan oleh penulis:

Gambar 3.13 Contoh Konten Twitter



Sumber: Twitter SIRCLO, 2020

Akun Facebook SIRCLO memiliki jumlah pengikut 15.398 per Januari 2021. Beberapa konten yang dipublikasikan pada Facebook SIRCLO akan selaras dengan konten yang terdapat pada Instagram @sirclosolution. Untuk *platform* Facebook penulis hanya akan melakukan unggahan konten dan pembuatan *caption* sedangkan untuk membalas pesan yang masuk akan dilakukan oleh

Social Media Marketing Executive. Berikut adalah contoh konten pada Facebook SIRCLO:

Gambar 3.14 Contoh Konten Facebook



Sumber: Facebook SIRCLO, 2020

YouTube SIRCLO memiliki total 904 *subscribers* per Januari 2021. Konten yang akan dipublikasikan pada akun YouTube SIRCLO dapat berupa: *event*, *review* pengguna, iklan, hingga *podcast*. Saat melakukan praktik magang, penulis mengambil peran dalam melakukan transkrip. Beberapa video yang dipublikasikan terdapat transkrip dari audio menjadi teks. Transkrip ini dilakukan oleh penulis. Berikut adalah beberapa contoh konten pada YouTube SIRCLO:

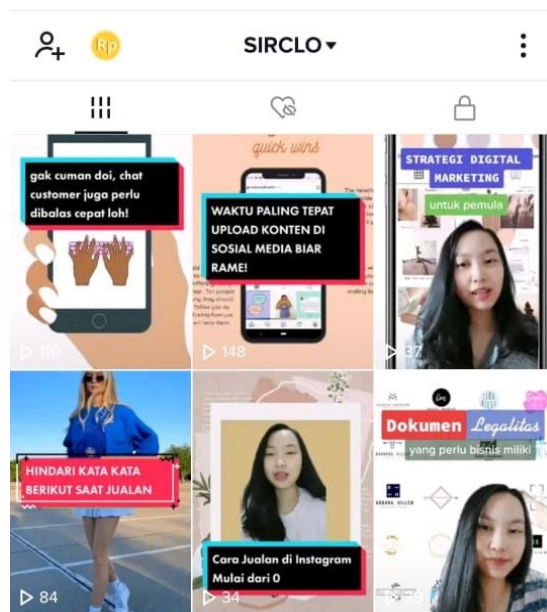
Gambar 3.15 Contoh Konten YouTube



Sumber: YouTube SIRCLO, 2020

TikTok SIRCLO memiliki total 43 pengikut per Januari 2021. Saat melakukan praktik magang, penulis diberikan tanggung jawab untuk memegang penuh alih dari akun TikTok SIRCLO. Penulis bertanggung jawab dalam penyusunan konten, mengedit video, pengambilan video, jadwal publikasi, hingga *report*. Berikut beberapa contoh konten pada TikTok SIRCLO:

Gambar 3.16 Contoh Konten TikTok



Sumber: TikTok SIRCLO, 2020

Segala aktivitas yang dilakukan oleh penulis juga akan diamati dan harus berdasarkan persetujuan mentor. Hal ini bertujuan agar mentor pada tim terkait juga dapat mempertanggungjawabkan segala aktivitas yang dilakukan tim nya.

3.3.3 Pengawasan serta Optimalisasi/ Pembuatan *Report*

Paramitha dalam Pakuningjati (2015, p. 10) menyebutkan bahwa kegiatan pengawasan dapat dilakukan dengan evaluasi konten yang dapat dilakukan dengan *report*. Segala aktivitas media sosial yang dilakukan oleh tim media sosial akan di cek kembali, apakah sudah mencapai *goals* ataupun cukup *engaging* untuk diterima oleh khalayak. Salah satu caranya adalah dengan pembuatan *report*. Pembuatan *report* yang dilakukan penulis terbagi menjadi dua yaitu dalam waktu mingguan dan bulanan. Setiap minggu tim *marketing* akan melakukan presentasi mengenai hasil kinerja masing-masing divisi. Hal ini bertujuan untuk mengetahui adanya perkembangan atau penurunan pada kinerja tim marketing. Kemudian, akan dilanjutkan pada setiap awal bulan untuk melakukan *report* per-bulan. Tujuan dari *report* ini juga untuk mengetahui performa kerja tim yang dibandingkan dengan bulan sebelumnya.

Adanya *report* secara rutin sangat membantu tim media sosial untuk mengetahui konten seperti apa yang sekiranya cocok dan menarik untuk dipublikasikan. Saat hasil *report* sudah keluar, maka tim media sosial akan menganalisa penyebab terjadinya penurunan ataupun peningkatan *engagement* pada tiap *platform* media sosial SIRCLO.

Gambar 3.17 Screenshot Monthly Report



Sumber: data internal SIRCLO, 2020

3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan kerja magang di SIRCLO sebagai *Social Media Marketing*, penulis menemukan beberapa kendala serta solusinya, yaitu:

3.4.1 Kendala yang Ditemukan

1. Miskomunikasi, hal ini memang sangat wajar terjadi dalam lingkungan kerja. Terlebih, tim media sosial harus melakukan kerjasama antar tim dan tim eksternal. Dalam pembuatan konten Instagram @insidesirclo, tim marketing akan berkolaborasi dengan tim *people operations*. Beberapa kali konten yang dipublikasikan tidak selaras, atau bahkan hampir mirip sehingga cukup membingungkan *flow* dari publikasi konten tersendiri.
2. Kurangnya jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) pada posisi *content creator* baik pada tim marketing dan juga tim *people operations*. Saat melakukan kolaborasi dengan *people operations*, tim marketing harus melakukan *brief* secara berkala dan berulang dikarenakan belum ada posisi *full time* pada tim *content creator people operations*. Hal ini membawa dampak komunikasi dan alur kerja pada kedua tim cukup lama dan terhambat.

3.4.2 Solusi dari Kendala yang Ditemukan:

1. Kedua tim melakukan diskusi secara rutin dalam pembuatan ide konten. Untuk menanggapi *miscommunication* yang terjadi, kini tim marketing dan tim *people operations* mempunyai jadwal *meeting* rutin untuk mendiskusikan tema konten per bulan dan pengisian judul konten agar tetap menjadi satu kesinambungan.
2. Tim marketing juga mengambil peran dalam proses diskusi ide konten, pengelolaan, dan juga *report* pada akun Instagram internal SIRCLO, yakni *@insidesirclo* yang seharusnya dikelola oleh tim *people operations*.