

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam menjalankan praktik kerja magang, saya ditempatkan pada divisi *Digital Project Management* sebagai Social Media Specialists. Dimana divisi Digital Project Management adalah instrument utama dalam mengembangkan produk baru milik Gramedia Mitra Edukasi Indonesia melalui media digital sosial media Instagram. Dalam kerja magang ini, saya dibimbing oleh Rizki Ramadiansyah selaku penanggung jawab dari divisi digital project management dan marketing communication.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Praktik kerja magang yang berlangsung dari 5 Oktober 2020 sampai 4 Januari 2021. Berikut adalah tugas yang dikerjakan selama saya praktik kerja magang di divisi *digital project management*, berikut timeline praktik kerja magang yang dilakukan di PT. Gramedia Mitra Edukasi Indonesia:

1. Melakukan perencanaan konten yang akan diangkat dengan melakukan riset trend dan konten media sosial
2. Menyusun content plan untuk jadwal upload, hari besar, dan konten khusus Kawan Muamua setiap awal bulan
3. Membuat konten dan caption Instagram Kawan Muamua
4. Memonitoring aktivitas dan perkembangan media sosial Kawan Muamua termasuk membalas komentar dari pengikut

Tabel 1 3.1 Timeline Kerja Penulis

Jobdesc	Oktober				November				Desember			
Riset <i>Trend</i> Media Sosial												
Menyusun <i>Content Plan</i>												
Membuat <i>Content</i>												
Memonitoring Instagram Kawan Muamua												

Sumber : Data Olahan

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tim *social media specialists*, diminta oleh perusahaan untuk meningkatkan *brand awareness* Kawan Muamua sehingga dibutuhkan *social media management* untuk memungkinkan hal tersebut terjadi. Menurut Brito (2014, p. 28) *social media management* memiliki tujuan yaitu memperluas jangkauan *audience* pada channel publikasi untuk mencapai target tertentu dengan menjalin hubungan yang baik dan komunikasi yang lancar yang nantinya akan berdampak kepada kepuasan konsumen ataupun *audience*.

Saat ini, orang-orang banyak yang membuka dan menghabiskan waktu mereka pada media sosial dan telpon genggam. Mereka otomatis akan lebih sering untuk membuka berita atau artikel melalui sosial media dengan mengklik link yang biasanya ada pada post berita atau artikel di sosial media. Hal ini dapat mengakibatkan sosial media menjadi pintu masuk orang-orang untuk masuk ke dalam website perusahaan untuk mendapatkan informasi atau menggunakan fitur yang disediakan perusahaan (Adornato, 2017).

Adornato (2017, p. 118) juga mengungkapkan bahwa terdapat beberapa strategi agar konten media sosial dapat menjadi lebih efektif dalam pembuatan konten di media sosial, yaitu:

1. Membagikan suatu informasi yang penting dan berkaitan dengan berita tersebut. Dengan mencantumkan unsur 5W dan 1H pada *caption*, maka pembaca dapat memahami informasi yang ditujukan.
2. Bagikan informasi dengan jangka pendek dan *multiple post*. Dengan membagikan informasi yang singkat, maka informasi akan lebih mudah untuk dipahami oleh pengguna sosial media dibandingkan dengan informasi yang panjang.
3. Mulai sebuah post dengan sebuah percakapan. Hal ini disebabkan dengan penulisan yang ada di media sosial lebih informal dibandingkan dengan penulisan sebuah berita atau

artikel. Sehingga kita dapat memanfaatkannya dengan memulai sebuah pembicaraan dengan *audience* seperti sebuah pertanyaan atau bahkan pernyataan yang akan menciptakan hubungan dengan *audience*.

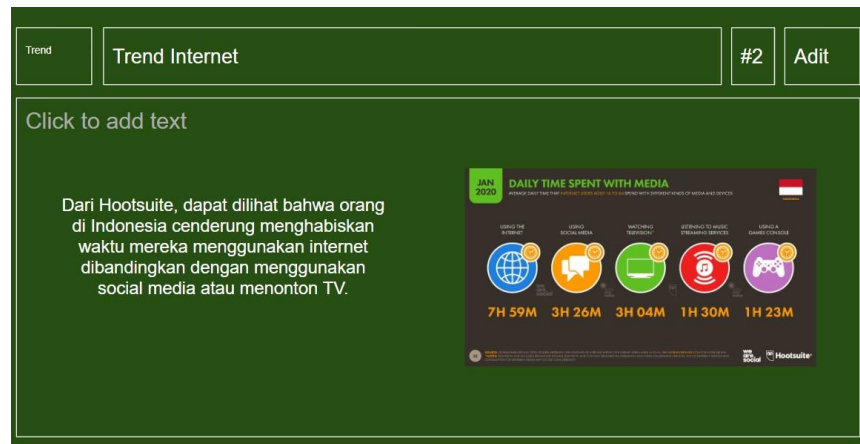
Konten media sosial Kawan Muamua seluruhnya diserahkan kepada social media specialists sehingga kami harus menyesuaikan dengan gaya konten yang paling sesuai untuk digunakan pada Instagram Kawan Muamua. Kami juga diberikan satu tujuan oleh Gramedia Mitra Edukasi untuk meningkatkan *awareness* Kawan Muamua melalui media sosial Instagram. Kami berfokus membuat Instagram Kawan Muamua sebagai akun pendidikan yang mengedukasi pendidikan Indonesia, bukan berfokus kepada penjualan produk karena produk Kawan Muamua merupakan sebuah platform pembelajaran yang tidak berbayar.

Selama melakukan praktik kerja magang dalam divisi *digital project management*, berikut adalah pekerjaan dan alur kerja yang saya lakukan ketika melakukan magang di Kompas Gramedia:

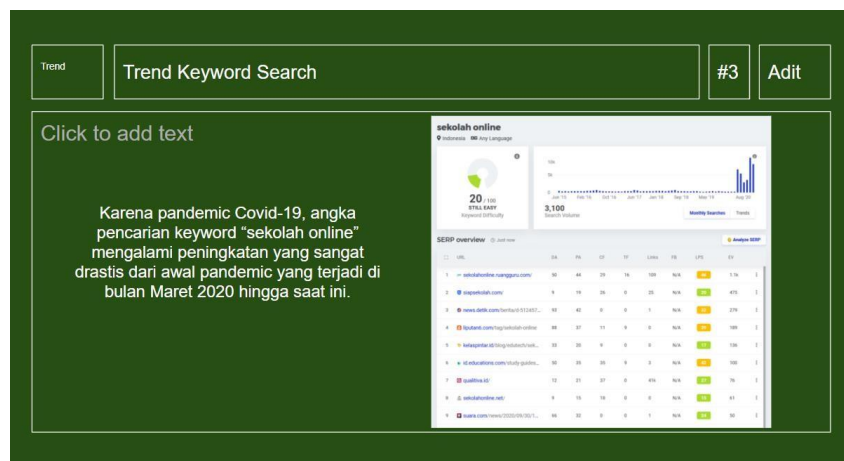
1. Riset Media Sosial

Setiap awal bulan, tim akan melakukan riset sosial media untuk menentukan konten seperti apa yang cocok pada bulan tersebut. Hal ini dapat dimanfaatkan dengan menggunakan konten-konten yang sedang trending sehingga konten memiliki kesempatan untuk memperluas area jangkauan dari *trend* media sosial yang sedang terjadi.

Gambar 5 3.1 Hasil Riset



Gambar 6 3.2 Hasil Riset



Riset ini merupakan riset pertama kali yang kami lakukan atas ajuan dari pembimbing magang dalam meningkatkan *awareness* serta mengelola akun Instagram Kawan Muamua, dimana kami diminta untuk melakukan riset secara luas mengenai pendidikan Indonesia. Saat itu kami menemukan bahwa terjadi peningkatan yang signifikan terhadap pencarian kata “sekolah *online*”, dimana hal tersebut diakibatkan oleh pandemic Covid-19 yang memaksa pendidikan pindah dari pertemuan tatap muka menjadi pertemuan *online*.

2. Content Plan

Setelah melakukan riset mengenai sosial media, agar konten dapat mencapai target yang sesuai, maka diperlukan perencanaan yang matang

meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Kawan Muamua melalui sosial media, kami diberikan akun Instagram Kawan Muamua yang masih sama sekali kosong dan hanya memiliki 4 pengikut dan 1 buah post. Untuk meningkatkan *awareness* masyarakat, maka dibutuhkan konsistensi dalam mengupload konten dan juga memanfaatkan sistem *hashtag* dalam Instagram untuk meraih *audience* yang lebih luas. Sehingga kami membagi tugas dengan anggota tim dimana 2 orang akan mengerjakan *caption* dan *hashtag* dan 2 orang untuk mengerjakan pembuatan konten. Penulis ditetapkan menjadi pembuat konten sebagai *jobdesc* utama. Setelah konten jadi, maka konten akan dimasukkan ke dalam Google Drive untuk di revisi oleh tim sebelum akhirnya di unggah ke media sosial.

Gambar 9 3.5 Instagram Kawan Muamua



Untuk menentukan konten seperti apa yang sedang trending pada bulan tertentu, tim kami melakukan sedikit riset terlebih dahulu pada setiap awal bulan. Tujuannya adalah menemukan konten yang paling berpotensi dan menarik agar dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Instagram Kawan Muamua.

Menurut Ann Handley dan C.C Chapman (2011) , konten adalah sebuah istilah luas yang berdasarkan pada suatu hal yang dibuat dan diupload ke media sosial, dapat berupa gambar, video, kata-kata, dan sebagainya. Terdapat banyak jenis konten yang dapat digunakan dalam media sosial, yaitu:

1. Posting quotes yang menarik
2. Tag seseorang (mengajak)
3. Konten tutorial
4. Artikel atau blog
5. *Live video*
6. *QnA*
7. Meme atau humor
8. Giveaway atau kontes
9. Testimoni
10. Tip dan trick
11. Promosi produk

Jenis-jenis konten yang disebutkan diatas, menjadi salah satu jenis konten yang digunakan pada Instagram Kawan Muamua, berikut adalah beberapa kategori konten Kawan Muamua:

1. Minggu Motivasi
Konten yang diangkat dari *Influencer* yang dapat memotivasi melalui quotes yang mereka katakan.
2. Tip dan Trick
Konten yang menyajikan sebuah tips dan trick mengenai hal yang bersangkutan
3. *Games*
Setiap hari Sabtu, Kawan Muamua mengupload games untuk meningkatkan *awareness* dan interaksi antara pengikut
4. Jumat Meme

Merupakan konten mingguan Kawan Muamua dimana menyajikan sebuah meme setiap hari Jumat

5. *Video Challenge*

Merupakan sebuah kampanye hari guru dimana Kawan Muamua mengadakan sebuah kontes hadiah mengenai video kesan murid kepada guru mereka

6. Konten Hari Raya

Konten untuk memperingati hari-hari besar

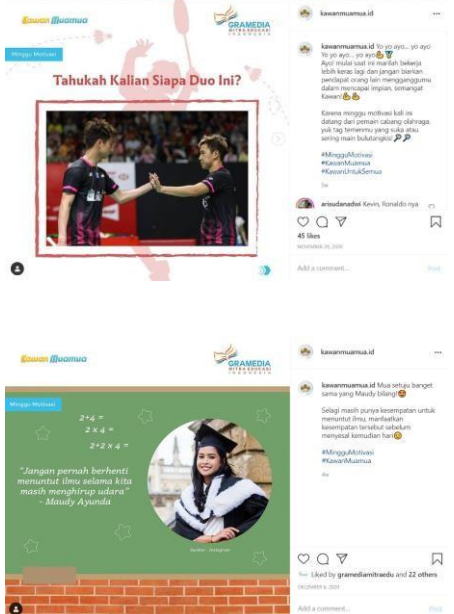

Pada awal program praktik kerja magang, kami berdiskusi mengenai *target audience* Kawan Muamua dengan divisi *digital project management* dan didapati bahwa *target audience* yang paling cocok untuk Kawan Muamua adalah siswa dan siswi dari jenjang SD sampai SMA di seluruh Indonesia yang mengalami kendala dalam pembelajaran *online*.

Kemudian, kami melakukan riset mengenai trend apa saja yang sedang naik di sosial media untuk diangkat menjadi topik konten yang nantinya akan dimasukkan kedalam list-list kandidat konten yang akan digunakan. Tema konten yang ditetapkan akan menjadi tema yang akan diangkat oleh Instagram Kawan Muamua dalam mengambil sebuah ide konten dan dituangkan kepada design dan caption konten.



Tim kami membagi menjadi 2 tim untuk segi konten, dimana hari Senin, Selasa, dan Rabu dikerjakan oleh teman rekan kerja dan untuk hari Kamis, Jumat, Sabtu, dan Minggu dikerjakan oleh saya, tetapi hal tersebut tidak menutup kemungkinan untuk mengerjakan hal lain diluar hari yang telah ditetapkan seperti membantu membuat caption, analisis angka engagement, dan design untuk hari-hari besar.

Berikut adalah tabel beberapa konten Instagram yang penulis buat selama melakukan praktik kerja magang di Kompas Gramedia pada akun Instagram Kawan Muamua:

Tabel 2 3.2 Tabel Konten

No	Nama Konten	Konten	Penjelasan
1.	Minggu Motivasi		<p>Berikut adalah salah satu konten Kawan Muamua yang di unggah setiap hari Minggu dengan tema “Minggu Motivasi”. Post ini merupakan konten yang memiliki angka <i>likes</i> paling tinggi dengan angka di 45 <i>likes</i>. Hal ini terjadi setelah revisi yang dilakukan dan kemudian meng-tag kedua orang yang kita angkat untuk Minggu Motivasi dan terbukti bahwa dengan meng-tag kedua orang tersebut dapat meningkatkan jumlah <i>engagement</i>. Minggu motivasi menggunakan kedua <i>template</i> tersebut untuk konten Minggu Motivasi.</p>
2.	Tips dan Trick		<p>Konten berikut adalah konten tip dan trick yang paling sering digunakan sebagai konten post Instagram. Tip dan trick ini ditujukan untuk <i>target audience</i> Kawan Muamua yaitu anak-anak dengan jenjang pendidikan dari SD hingga SMA.</p>

3.	Games		<p>Untuk meningkatkan angka aktivitas serta <i>engagement</i> media sosial Kawan Muamua, kami memilih konten permainan yang akan diadakan setiap hari Sabtu. <i>Engagement</i> yang didapatkan dari <i>games</i> adalah interaksi antara Kawan Muamua dengan pengikutnya melalui kolom komentar dengan pengikut akun Kawan Muamua</p>
4.	Jumat Meme		<p>Untuk menyeimbangkan konten mingguan yang berbau edukasi, maka dibutuhkan konten yang untuk mengajak audience untuk sedikit berhumor dengan adanya meme pada konten Kawan Muamua. Konten meme ini selalu diangkat pada hari Jumat kecuali terhadap hari besar di hari yang bersamaan, nama dari konten ini adalah Jumat Meme.</p>
5.	Konten Khusus (Kontes Video Challenge Hari Guru)		<p>Merupakan salah satu kontes yang diadakan oleh Kawan Muamua sekaligus menyampaikan pesan kepada <i>target audience</i> bahwa guru adalah orang yang berjasa sebagai tanda peringatan hari guru.</p>
6.	Hari Besar		<p>Berikut adalah contoh konten hari besar yaitu hari diabetes sedunia yang jatuh pada tanggal 14 November dan hari natal pada 25 Desember.</p>

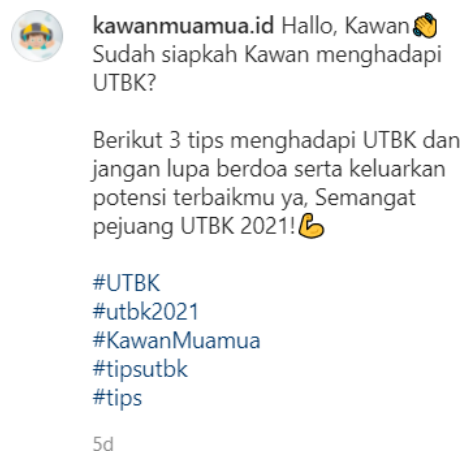
			
7.	Social Media Campaign		<p>Kemudian, terdapat konten khusus mengenai <i>social media campaign</i> yang kami jalankan, per Oktober 2020 sampai Januari 2021 kami melakukan 2 <i>social media campaign</i> yaitu <i>campaign</i> sumpah pemuda dan tahun baru.</p> <p><i>Social media campaign</i> menjadi salah satu alternatif selain dari <i>games</i> yang menjadi konten rutin setiap hari Sabtu untuk meningkatkan <i>engagement</i> pengikut akun Instagram Kawan Muamua. Tidak hanya meningkatkan <i>engagement</i> tetapi <i>social media campaign</i> diharapkan dapat meningkatkan <i>awareness</i> dari orang-orang yang mengikuti <i>campaign</i> melalui <i>Call to Action</i> yang ada pada <i>template story</i> yang digunakan sebagai media utama dalam <i>campaign</i> yang kami jalankan. Dalam <i>campaign</i> tahun baru, konten dan beberapa <i>copywriting</i> yang digunakan merupakan hasil pekerjaan dari penulis.</p>

4. Membuat Caption dan Mengupload Konten

Ketika mengupload sebuah konten, konten memerlukan tulisan yang kreatif dan menarik agar dapat membantu meningkatkan nilai dari sebuah konten. Maka itulah caption tidak dapat dibuat secara sembarangan, apalagi

caption dapat digunakan sebagai salah satu sarana untuk memperluas area jangkauan untuk menarik masyarakat dengan adanya fitur hashtag. Fitur ini dapat memperluas angka *reach* sebuah akun dimana akun kita dapat dilihat dari hashtag yang kita gunakan, sehingga konten yang menggunakan hashtag tertentu dapat tersebar tidak hanya di dalam negara tetapi bahkan diluar negara. Ketika kami mengupload konten kami, kami juga harus memperhatikan jam dan hari upload mana saja yang harus dihindari karena angka aktivitas akun pengikut yang sedikit di hari dan jam tertentu.

Gambar 10 3.6 Salah Satu Caption yang Penulis Buat



5. Monitoring Media Sosial

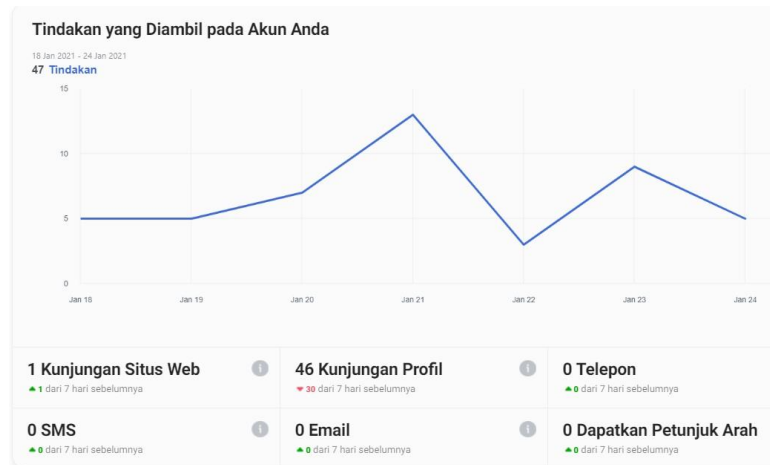
Untuk memaksimalkan performa dari media sosial, maka dibutuhkan skill analisis terhadap media sosial agar *social media specialist* dapat menggunakan informasi yang didapatkan dari analisis tersebut untuk mengetahui informasi mengenai *audience* dari sosial media kami dan menggunakan informasi tersebut untuk mengoptimalkan konten kami. Dalam memonitoring akun Kawan Muamua, kami menggunakan Facebook Creator Studio, berikut adalah data yang dapat kami peroleh dari Facebook Creator Studio:

- Angka Engagement

Gambar dibawah menunjukkan angka dari engagement yang terjadi pada akun Instagram Kawan Muamua. Dapat dilihat

bahwa terdapat 47 engagement yang terjadi dari tanggal 18-24 Januari 2020. Engagement meliputi kunjungan ke situs Kawan Muamua yang tertera pada bio Instagram dan juga angka total pengunjung akun Instagram Kawan Muamua.

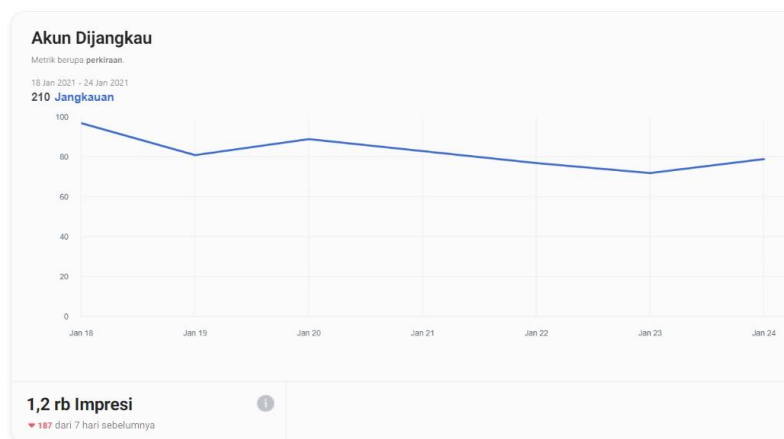
Gambar 11 3.7 Angka Engagement Instagram Kawan Muamua



- **Jangkauan Akun**

Jangkauan akun merupakan angka yang diperoleh oleh akun Instagram Kawan Muamua dimana konten Kawan Muamua dilihat oleh akun unik. Dalam arti, sampai 24 Januari 2021, sudah ada sekitar 1.200 akun yang melihat konten Instagram Kawan Muamua.

Gambar 12 3.8 Jangkauan Akun Instagram Kawan Muamua



- **Usia dan Jenis Kelamin Pengikut**

Melalui Facebook Creator Studio, kami dapat mengetahui perbandingan jenis kelamin dan umur dari pengikut akun Instagram Kawan Muamua melalui grafik yang ditunjukkan melalui Facebook Creator Studio.

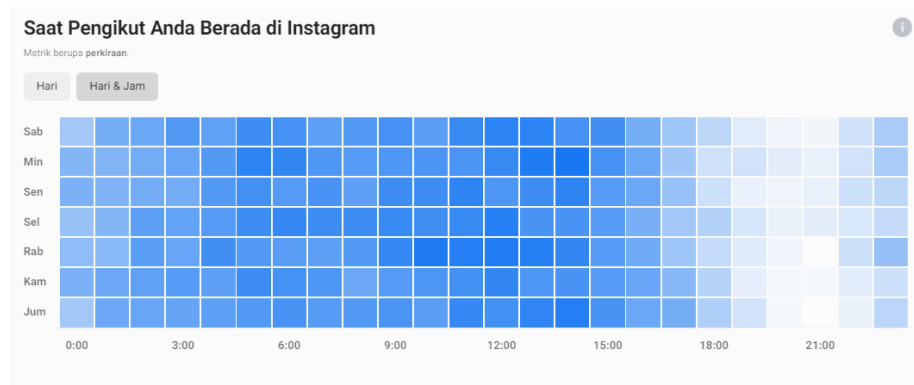
Gambar 13 3.9 Usia dan Jenis Kelamin Pengikut



- **Hari dan Jam Pengikut Aktif di Instagram**

Menurut grafik dibawah, kami dapat melihat jam aktif pengikut akun Kawan Muamua pada setiap hari pada minggu tertentu. Walaupun data tersebut berupa perkiraan, tetapi dapat kami gunakan sebagai pemilihann jam yang tepat untuk mengupload konten.

Gambar 14 3.10 Jam dan Hari Pengikut Aktif di Instagram



- Negara dan Kota Pengikut

Data terakhir yang tersedia di Facebook Creator Studio adalah dari mana pengikut akun Instagram Akun Kawan Muamua yang memberitahu dari negara dan kota mana mereka berasal.

Gambar 15 3.11 Negara dan Kota Pengikut Berasal



3.4 Kendala dan Solusi

3.4.1 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan selama melakukan praktik kerja magang di Kompas Gramedia Kawan Muamua adalah :

1. Tidak adanya *Standard Operating Procedure* (SOP) membuat kami yang merupakan orang baru di perusahaan kebingungan dari segi komunikasi perusahaan dan bagaimana alur pekerjaan di perusahaan karena belum adanya SOP, sehingga pekerjaan yang kami tidak perlu melewati evaluasi dari atasan atau

supervisi, sehingga kami perlu mengevaluasi konten yang kami buat sendiri. Hal tersebut menyebabkan kami tidak mengetahui apakah konten yang kami buat sesuai atau tidak dengan tujuan perusahaan.

2. Belum adanya tim khusus sosial media internal dalam Gramedia Mitra Edukasi yang menawarkan posisi Social Media Specialist, sehingga media sosial yang mereka punya tidak berjalan sama sekali sehingga tidak ada interaksi dan aktivitas sosial media. Padahal, banyak sekali keuntungan dari pengelolaan sosial media yang baik dan benar untuk perusahaan.
3. Perusahaan langsung memberikan tugas-tugas social media specialist tanpa adanya arahan dan bimbingan dari tim social media perusahaan karena belum adanya tim sosial media yang telah disebutkan pada poin sebelumnya. Hal ini menyebabkan tim magang kami bergerak tanpa adanya arahan yang jelas mengenai konsep social media seperti apa diinginkan oleh perusahaan dan kami tidak mengetahui apakah konten yang kami buat sesuai dengan target atau tidak.

3.4.2 Solusi

Solusi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menangani kendala yang penulis hadapi:

1. Membuat *Standard Operating Procedure* (SOP) agar alur pekerjaan menjadi lebih jelas dan komunikasi antar karyawan perusahaan menjadi lebih jelas, hal tersebut akan mempermudah proses pekerjaan untuk seluruh karyawan dan juga untuk posisi magang.
2. Membuat tim khusus yang menangani sosial media agar dapat menggunakan lebih banyak sosial media yang sesuai dengan target audience agar dapat mencakup

masyarakat yang lebih luas dan tim khusus ini akan focus kepada pengembangan sosial media milik produk Kompas Gramedia.

3. Dengan adanya tim social media yang sengaja dibuat untuk menangani sosial media perusahaan, maka untuk posisi magang akan dibimbing dan diarahkan lebih baik sehingga pekerjaan yang dilakukan akan terstruktur dan jelas apakah hal yang dikerjakan oleh anak magang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaan.