

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam praktik magang, penulis di posisikan dalam tim *Advertising & Promotion* yang bergerak di bidang media sosial. Posisi penulis berada dibawah bimbingan *Product Category Manager*, Stephen Chrisianto dan juga *Advertising & Promotion Manager*, Marisa Puspa Rani. Divisi ini bertugas untuk menyampaikan pesan-pesan *marketing* berupa promo-promo dan produk baru, dan divisi ini juga bertugas untuk menjaga relasi dengan konsumen yang telah dibentuk oleh tim *sales* dalam bentuk membuat unggahan lelucon yang kemudian disebar di *Whatsapp*.

#### 3.2 Tugas Yang Dilakukan

Praktek kerja magang penulis ditempuh dari tanggal 25 Januari 2021 hingga 16 April 2021. Penulis membantu melakukan pekerjaan dalam bidang *Advertising & Promotion*, berikut *timeline* praktek kerja magang yang ditempuh oleh penulis:

Tabel 3. 1 Timeline Kerja Penulis

No	Kegiatan	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April
1	Membuat konten <i>Whatsapp</i> berupa <i>meme</i> yang kemudian diberikan kepada tim <i>sales</i> untuk di gunakan							
2	Membuat konsep iklan sabun cuci tangan durasi 30 detik							
3	Membuat postingan <i>feed</i> <i>Instagram</i> untuk memperingati hari besar							
4	Membuat konsep iklan promosi produk baru serta <i>giveaway</i>							

Sumber: Olahan Penulis, 2021

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

#### **3.3.1 Implementasi *Business-to-Business Relationship Management***

##### **Melalui Media Sosial**

Dalam membangun hubungan dan relasi yang baik dengan distributor, perusahaan mengaplikasikan strategi *Customer Relationship Management* kepada *customer* B2B secara digital. CRM merupakan sebuah proses mengidentifikasi pelanggan agar dapat membangun hubungan jangka panjang. Dapat dikatakan bahwa CRM merupakan sebuah proses yang mengidentifikasi pelanggan, menciptakan pengetahuan pelanggan, membangun hubungan dengan pelanggan, serta membentuk persepsi pelanggan terhadap perusahaan dan produk. (Peelen & Beltman, 2013, p. 34)

Penggunaan *Customer Relationship Management* telah banyak dilakukan oleh perusahaan untuk dapat lebih efektif lagi dalam membangun relasi dengan konsumen. Seperti yang Chaffey katakan, CRM dapat dipakai untuk menjalin hubungan dan membangun relasi dengan konsumen, dengan harapan dapat memperpanjang usia sebuah bisnis. (Chaffey, 2015, p. 388)

Pada dasarnya *Customer Relationship Management* merupakan sebuah cara bagi perusahaan untuk dapat menjalin hubungan yang lebih interaktif dengan pelanggan, dengan harapan dapat membangun loyalitas. Namun penting bagi perusahaan untuk mengetahui dan menentukan saluran komunikasi yang paling efektif agar dapat melakukan interaksi dengan pelanggan. Peppers mengatakan bahwa

masa depan dari membangun relasi dengan konsumen adalah apabila perusahaan melakukan komunikasi yang interaktif atau dua arah dengan konsumen. Peppers menyatakan bahwa ada beberapa bentuk dari komunikasi interaktif yang dapat dipakai oleh perusahaan, di antaranya: (Peppers & Rogers, 2016, p. 223)

1. Internet

Kini internet telah menjadi sarana bagi para penggunanya untuk berinteraksi. *Website* perusahaan dapat menjadi sarana yang dapat diubah untuk mempelajari kebutuhan masing-masing pelanggan.

2. Media Sosial

Media Sosial merupakan sebuah sarana bagi setiap penggunanya untuk berbagi percakapan atau konten. Beberapa aplikasi media sosial yang tersedia saat ini adalah YouTube, Whatsapp, Facebook, Instagram, dll.

3. E-mail

Surat elektronik dapat dipakai oleh perusahaan untuk menyampaikan pesan kepada pelanggannya tentang penawaran, promo, serta produk baru.

4. SMS (*Short Message Service*)

Mengirimkan pesan pendek atau SMS dari ponsel serta memanfaatkan kecepatan pengiriman pesan tersebut merupakan salah satu cara perusahaan agar dapat melakukan interaksi dengan pelanggan.

## 5. Fax

Fax merupakan salah satu bentuk komunikasi interaktif yang dapat dilakukan oleh perusahaan kepada pelanggannya dan sebaliknya. Perusahaan dapat mengirimkan pesan fax kepada pelanggan berupa berita terbaru, informasi, dan berbagai macam hal lainnya. Namun fax tidak secepat mengirimkan pesan secara digital.

Menurut Kotler dan Keller, media sosial kini sudah mulai dianggap sebagai kekuatan yang dapat mengembangkan kinerja bisnis. Media sosial merupakan sebuah sarana atau *platform* bagi penggunanya untuk dapat saling berbagi informasi berupa teks, audio, gambar, atau bahkan video. Media sosial dapat digunakan untuk mengembangkan nama sendiri atau bisnis tertentu. Media sosial juga dapat membantu mengembangkan bisnis kecil atau mempertahankan loyalitas pelanggan dengan membangun relasi dengan mereka. (Kotler & Keller, 2012, p. 568)

Perusahaan Total Chemindo Loka telah menerapkan *customer relationship management* secara digital kepada mitra bisnis mereka yaitu para distributor outlet. PT tersebut menggunakan aplikasi media sosial Whatsapp dalam menyampaikan pesan kepada distributor. Pesan yang disampaikan kepada konsumen tersebut merupakan pesan yang berbentuk gambar, dan gambar-gambar tersebut memiliki unsur humor di dalamnya agar dapat membuat pembacanya tertawa. Dalam kata

lain, pesan tersebut juga bisa disebut sebagai *meme*.

Sebagai *social media specialist*, penulis diberi tugas untuk membuat konten *meme* tersebut untuk dapat diberikan kepada tim *sales* perusahaan. *Meme* tersebut biasanya berisi konten yang humoris atau kata-kata yang membangun.

Gambar 3. 1 Contoh *Meme* Yang Dibuat Penulis



Sumber: Olahan Penulis, 2021

Penulis diberikan tugas oleh tim sales perusahaan untuk membuat konten *meme* minimal sebanyak satu per hari, dengan catatan bahwa *meme* tersebut tidak boleh sama dan harus selalu baru. Perusahaan ingin agar distributor yang melihat *meme* tersebut tidak menjadi bosan karena selalu beda setiap hari.

Namun dalam proses pembuatan *meme* tersebut, ada syarat atau kriteria yang harus di pahami oleh penulis. Dikarenakan distributor yang telah ditentukan oleh tim *sales* sebelumnya merupakan orang-orang yang mayoritas berusia 40 tahun ke atas, maka *meme* yang dibuat oleh penulis tidak boleh memiliki unsur bahasa gaul seperti 'gua' atau

'loe' didalamnya.

Gambar 3. 2 *Meme* Salah Yang Penulis Buat



Sumber: Olahan Penulis, 2021

Beltman mengatakan bahwa dalam melakukan CRM, penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi terlebih dahulu target pelanggannya. (Peelen & Beltman, 2013, p. 34) Penulis sebelumnya tidak mengetahui pelanggan dari perusahaan merupakan distributor yang mayoritas berusia 40 tahun ke atas, sehingga tim *sales* mengatakan bahwa *meme* yang dibuat oleh penulis tersebut tidak bisa mereka pakai dan harus diperbaiki.

Namun tidak hanya sampai disitu, perusahaan Total Chemindo Loka juga membangun relasi dengan distirbutor dengan ikut merayakan hari besar. Perusahaan berharap akan dapat membangun relasi yang lebih baik lagi apabila sama-sama merayakan hari besar dengan para pelanggannya. Oleh karena itu, penulis diberi tugas oleh tim *sales* untuk membuat konten yang memiliki unsur hari besar yang hendak perusahaan rayakan.

Gambar 3. 3 Konten Merayakan Hari Pahlawan



Sumber: Olahan Penulis, 2021

PT Total Chemindo Loka memiliki harapan bahwa dengan mengirimkan *meme* tersebut kepada distributornya setiap hari, maka mereka akan merasa diperhatikan oleh perusahaan, sehingga hubungan relasi dari perusahaan dengan distributor akan menjadi lebih harmonis.

### 3.3.2 Beriklan dan Promosi

Menurut Kotler dan Keller, promosi merupakan cara sebuah perusahaan berkomunikasi kepada target konsumen mereka. Promosi dilakukan dengan tujuan menyampaikan pesan atau informasi mengenai produk atau perusahaan itu sendiri kepada konsumen, dengan harapan agar mereka akan tertarik dan mau membeli. (Kotler & Keller, 2016, p. 622)

Tidak hanya dengan menggunakan Whatsapp, PT Total Chemindo Loka juga menggunakan Instagram sebagai salah satu sarana mereka dalam mempromosikan sebuah produk. Beberapa pemasaran yang dilakukan

perusahaan tersebut dalam Instagram adalah pembuatan *feed* mengenai produk- produk terbaru, atau ketika sedang mengadakan promo *giveaway*. Tidak hanya itu, Instagram juga dipakai PT Total Chemindo Loka untuk mengucapkan serta ikut merayakan hari-hari besar seperti hari pahlawan, dalam bentuk postingan *feed* Instagram. Penulis juga diberikan beberapa tugas seperti membuat konsep iklan untuk sabun cuci tangan FreshA Handsoap dan juga iklan *giveaway* untuk produk Total Almeera.

Iklan sabun cuci tangan yang penulis telah buat tersebut berdurasi kurang lebih sekitar 30 detik. Di dalam video tersebut penulis membuat iklan sabun cuci tangan yang dapat membersihkan kuman pada tangan kita. Perusahaan ingin menyampaikan pesan, bahwa penting bagi kita untuk terus menjaga kebersihan dalam melakukan kegiatan sehari-hari dengan terus rajin mencuci tangan. Konsep iklan yang penulis buat, memperlihatkan bahwa akan jauh lebih baik dan sehat apabila kita mencuci tangan terlebih dahulu sebelum makan sesuatu.

Gambar 3. 4 Cuplikan Iklan Sabun Cuci Tangan



Sumber: Olahan Penulis, 2021



Penulis juga membuat sebuah konsep iklan *giveaway* untuk produk Total Almeera. Video *giveaway* tersebut berdurasi 30 detik, dan berisi informasi - informasi *giveaway*, seperti bagaimana cara berpartisipasi serta bagaimana cara memenangkan *giveaway* tersebut. Pada iklan yang penulis buat, *giveaway* produk baru tersebut ditujukan untuk lima orang beruntung, dan cara mengikutinya adalah dengan *like* serta *follow* Instagram perusahaan, kemudian jawab pertanyaan mengenai kegunaan produk Total Almeera tersebut, kemudian bagi orang yang beruntung akan mendapatkan hadiah berupa satu karton produk tersebut.

Gambar 3. 5 Laman Instagram PT Total Chemindo Loka



Sumber: Instagram @totalalmeera, 2021

### **3.4 Permasalahan Serta Pemecahan Masalah Selama Pelaksanaan Magang**

#### **3.4.1 Permasalahan**

1. Penulis memiliki kendala dalam menyusun *meme* yang sesuai kriteria tim *sales* untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Tim *sales* tidak memperbolehkan adanya penggunaan bahasa gaul dalam penyusunan *meme* yang sesuai kriteria.
2. Penulis kesulitan dalam mendapatkan ide-ide untuk membuat konten yang selalu baru dan tidak sama setiap harinya.

#### **3.4.2 Pemecahan Masalah**

1. Penulis bertanya kepada pembimbing lapangan seperti apa konten *meme* yang sesuai kriteria untuk diberikan kepada tim *sales*, dan kemudian memperbaiki kesalahan.
2. Penulis mencari referensi seperti apa contoh-contoh *meme*. Penulis juga meminta pendapat pembimbing lapangan mengenai referensi *meme* yang baik.