



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Praktik kerja magang ini dilakukan selama 64 hari kerja, terhitung dari tanggal 1 September hingga 30 November 2021. Posisi yang didapatkan dalam melakukan praktik kerja magang adalah divisi *Digital Marketing & Socmed* sebagai *Social Media Specialist*. Tugas yang diberikan untuk mahasiswa magang *Social Media Specialist* untuk menyusun *content plan*, membuat dan mengunggah konten serta *caption* yang menarik, hingga membuat *annual report*.

Tahapan yang diberikan dalam pembuatan konten sendiri, pertama mencari informasi atau referensi ide yang ingin disampaikan kepada audience, kedua membuat konten tersebut dengan sebuah foto (*feed* atau *story*) atau video (*reels*), dan ketiga hasil dari konten tersebut akan diunggah di media sosial jika telah mendapatkan *approval* oleh Krisna Susanti selaku *Digital Marketing & Socmed*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut dibawah ini merupakan tugas yang dilakukan dalam melaksanakan praktik kerja magang di PT. Indocyber Global Teknologi:

1. Menyusun *content plan* serta melakukan riset tren di media sosial.
2. Membuat konten dan *caption* yang akan diupload di media sosial.
3. Mempublikasikan konten.
4. Membuat *annual report* (*like, comment, save, reach, profile visit, dan result followers*).

Tabel 3.1 *Timeline Pekerjaan*

Pekerjaan yang Dilakukan		Waktu Pelaksanaan													
		September					Oktober				November				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<i>Social Media Marketing</i>	Menyusun <i>Content Plan</i>														
	Membuat Konten (yukmarket.id)														
	Membuat Konten (staysafe.id)														
	Membuat Konten (indocyber.id)														
	Publikasi konten														
	Membuat <i>annual report</i>														
<i>Copywriting</i>	Membuat <i>caption</i> (yukmarket.id, staysafe.id, indocyber.id)														

Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

3.3 Uraian Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Hal pertama yang dilakukan pada saat melaksanakan praktik kerja magang, adalah pengenalan terkait profil perusahaan dan diajarkan bagaimana cara penggunaan aplikasi Figma, karena aplikasi tersebut akan digunakan selama praktik kerja magang. Praktik kerja magang ini juga menerapkan ilmu pengetahuan dari mata kuliah yang didapatkan, yaitu *Copywriting* yang diterapkan dalam pekerjaan untuk pembuatan *caption* dan *Visual Communication* yang diterapkan dalam pembuatan konten visual. Dikutip dari Glints (2021), Betterteam menjelaskan bahwa *Social Media Specialist* merupakan sebuah pekerjaan yang lebih fokus terhadap pembuatan konten digital agar terlihat lebih menarik dan

kreatif, yang dimana konten tersebut akan dibagikan ke berbagai *platforms* media sosial yang perusahaan miliki. Maka dari itu PT. Indocyber Global Teknologi memanfaatkan instagram sebagai sarana alat komunikasi dengan *stakeholder*-nya dan untuk membagikan semua aktivitas serta informasi perusahaan.

3.3.1 Social Media Marketing

Menurut Kotler & Keller (2012, hal. 568) mengartikan media sosial adalah sebuah media agar penggunaanya dapat saling berbagi informasi dalam bentuk teks, video, audio, ataupun gambar kepada sesama penggunaanya, baik antar individu ataupun perusahaan. PT. Indocyber Global Teknologi ini juga memanfaatkan media sosial untuk memberikan segala informasi terkait perusahaan. Akan tetapi, tidak hanya memegang media sosial perusahaan, media sosial klien juga dikelola salah satunya, yaitu yukmarket.id. Sedangkan untuk media sosial perusahaan ada staysafe.id dan indocyber.id.

Social Media Marketing adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung yang tujuannya untuk membangun *awareness, recognition, recall*, dan *action* pada berbagai entitas seperti organisasi, orang, dan lain sebagainya), dengan memanfaatkan media sosial (Gunelius, 2011). Dalam mengelola media sosial tersebut, tentunya harus dengan pembuatan konten yang kreatif dan juga informatif, agar dapat meningkatkan *engagement* serta *awareness* dari media sosial tersebut. Berikut merupakan alur pembuatan konten di PT. Indocyber Global Teknologi:

Tabel 3.2 Alur pembuatan konten di PT. Indocyber Global Teknologi

1.	Mencari konten yang kreatif dan informatif
2.	Menyusun Content Plan (timeline jadwal posting)
3.	Presentasi hasil Content Plan kepada departement Branding & Design serta Digital Marketing & Socmed
4.	Pembuatan konten serta <i>caption</i> melalui Figma

5.	Materi konten diberikan kepada supervisor (Digital Marketing & Socmed)
6.	Revisi konten
7.	Konten siap diunggah

Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

Menurut Syuderajat & Puspitasari (2017, hal. 88-89) menyebutkan bahwa terdapat 4 proses perencanaan, yaitu:

1. *Research*

Untuk tahapan pertama adalah *research*. Tahapan ini melakukan pencarian atau riset terkait ide-ide yang akan dituangkan dalam bentuk visual. Ide-ide tersebut bisa berupa data, fakta, mitos, pengetahuan, pendapat, quotes, dan lain-lain. Saat melakukan praktik kerja magang, terlebih dahulu melakukan riset untuk mencari konten yang kreatif dan informatif untuk disampaikan kepada audience. Dalam melakukan riset ini, ingin melihat trend apa yang sedang berlangsung serta konten apa yang menarik, sehingga audience dapat tertarik terhadap konten tersebut. Setelah melakukan riset konten, selanjutnya adalah mencari referensi desain konten yang sesuai dengan tema konten yang ingin dibuat.

2. Perencanaan

Tahapan kedua adalah perencanaan, dalam tahapan ini melakukan sebuah analisis dari referensi ide-ide yang sudah dicari yang kemudian akan dibuat perencanaan atau strategi pelaksanaan untuk memahami situasi. Dalam praktik kerja magang ini, tentunya setelah melakukan riset, tahapan selanjutnya adalah perencanaan konten (*content plan*) atau biasa dikenal dengan timeline konten. Penulis membuat timeline konten melalui *google sheet* untuk menyusun kapan saja konten tersebut akan di *posting*, sehingga konten akan lebih terstruktur dan sesuai dengan jadwal. Timeline konten ini berisi dengan jadwal *posting*, konsep yang digunakan, konten yang ditampilkan berupa apa (*feed, story, atau reels*), *caption*

Gambar 3.6 Timeline Konten Instagram indocyber.id

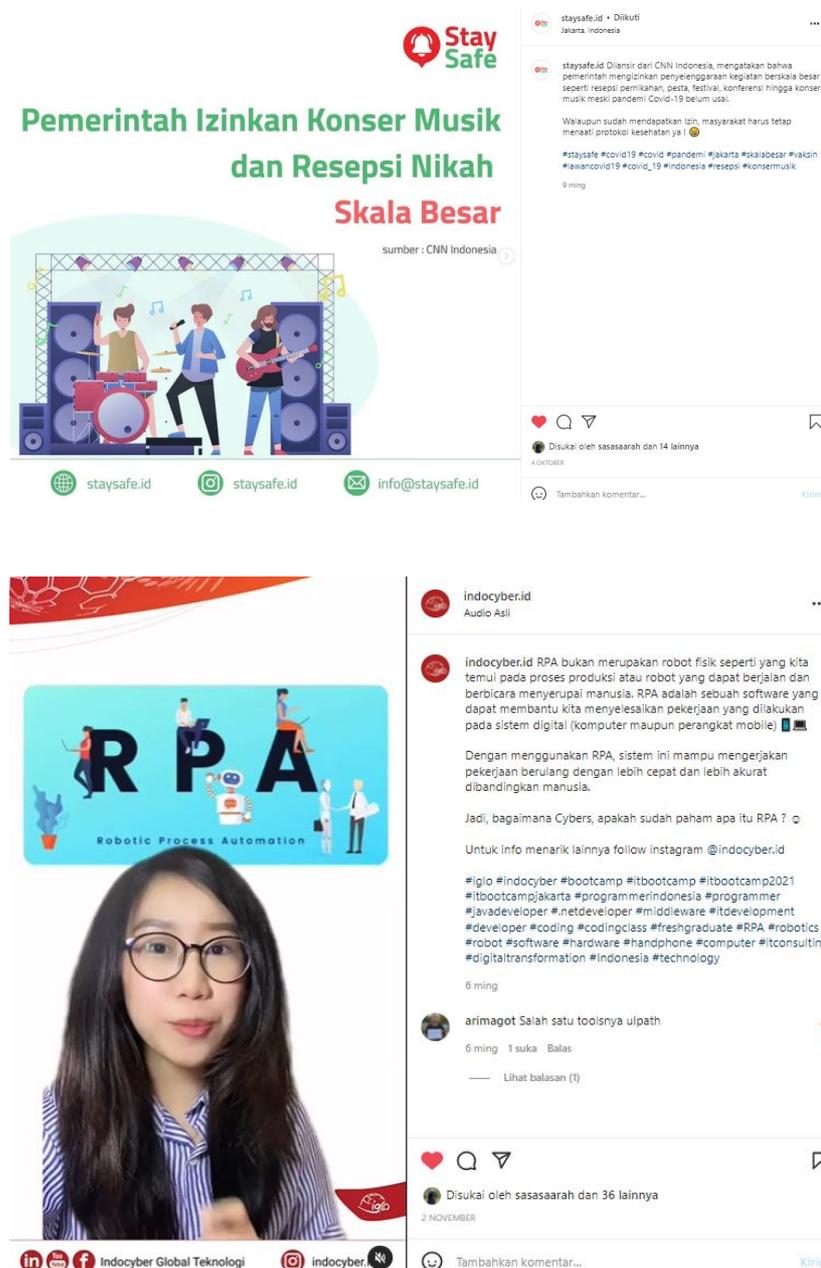
Post Date	Concept	Title	Caption (Indonesia)	Revise	Visual	Source
17 Nov 2021	Campaign	Webinar Kewamans - Poster	Hallo, Cybers! 👋 Hadiri webinar baru dari Indocyber yang berkolaborasi dengan Kewamans! Temukan bagaimana menutup celah untuk #Fraud dalam perusahaan dengan teknologi yang tepat! Yoke Ling memiliki pengalaman lebih dari 20 tahun bekerja dengan organisasi besar (FSI, pemerintah, dll) untuk melindungi solusi inovatif. Dia membantu pelanggan dengan kebutuhan transformasi, dari analisis data besar hingga AI dan ilmu perilaku yang			#Fraud #bank #insurer #Government #FraudD #Blockchain #eLearning #AI
24 Nov 2021	Inform	Mitos atau Fakta anak IT harus jago matematika ?	Mitos! Cybers anak IT harus jago matematika gak ? Tulislah jawaban kalian di@beral ya !Minta penastaran sama jawaban kalian		https://okta.com/indonesia/beral_kali_Q2020g33	#Indocyber #Matem #de-Id #cybercript #software #robot #g #anakit #teknikinfo
26 Nov 2021	Campaign	Webinar Kewamans - DIY AI Fraud Detection	Minimalkan risiko fraud di #layananKeuangan dan #Pemerintah dengan menyelesaikan penyusupan & penipuan dengan metodeologi #AIFraudDetection yang dimpenasikan! Bergabunglah dengan kami di sini pada 2 Desember 2021 ! Daftar sekarang ➡ https://www.indocyber.co.id/webinar-fraud-detection			#Fraud #bank #insurer #Government #FraudD #Blockchain #eLearning #AI
28 Nov 2021	Campaign	Webinar Kewamans - The Advantages of Using AI Fraud Detection	Fraud akan terus menerus mencari cara baru untuk melakukan penipuan demi keuntungan pribadi, tetapi AI Fraud Detection tidak akan pernah berhenti juga untuk mendeteksi pola dan perilaku penipuan baru dengan pendekatan Artificial Intelligence sehingga dapat meminimalkan deteksi penipuan yang akurat sepanjang waktu. Yak gabung dengan webinar kami untuk mencari tahu lebih dalam lagi dan daftar segera di https://www.indocyber.co.id/webinar-fraud-detection Countdown!!!			#Fraud #bank #insurer #Government #FraudD #Blockchain #eLearning #AI
29 Nov 2021	Campaign	Webinar Kewamans - Want To Know More ?	Cybers hanya punya 4 hari lagi untuk memesan kursi! Bergabunglah bersama kami untuk mengetahui bagaimana menyelesaikan penyusupan dan penipuan jenis #Fraud di industri #Financial dan #Government secara efisien dengan #AI & #BigData&analytics.			#Fraud #bank #insurer #Government #FraudD #Blockchain #eLearning #AI

Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

3. Aksi dan Komunikasi

Dalam tahapan ketiga ini, merupakan pengaplikasian perencanaan yang telah disusun dengan sedemikian rupa. Timeline konten tersebut akan dipresentasikan kepada supervisor Kak Krisna selaku *Digital Marketing & Socmed* dan Pak Jonhson selaku *Branding & Design* untuk membagikan hasil perencanaan konten yang telah dibuat. Presentasi serta diskusi ini dilakukan agar tidak ada kesalahpahaman antara kedua belah pihak. Selesai *timeline* konten tersebut mendapatkan persetujuan, konten akan dibuat dalam bentuk gambar atau video. Kemudian akan dibagikan kembali kepada supervisor Kak Krisna selaku *Digital Marketing & Socmed*, untuk mendapatkan *feedback* dan persetujuan, apakah konten tersebut sudah sesuai apa belum. Jika sudah mendapatkan persetujuan, langkah selanjutnya adalah dengan memposting konten tersebut sesuai dengan timeline konten serta *caption* yang telah dibuat.

Gambar 3.7 Postingan Konten *Feeds* dan *Reels*



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

4. Evaluasi

Tahapan terakhir dalam melakukan proses perencanaan adalah evaluasi. Tahap evaluasi ini, setiap perencanaan yang telah dilakukan akan di evaluasi. Setiap melakukan posting konten, tahapan terakhir adalah untuk selalu melakukan analisa *traffic* konten h+1 setelah konten tersebut diposting, seperti *like*, *comment*, *share*,

save, reach, profile visit, serta jumlah follower akhir. Analisis ini berguna untuk mengetahui konten mana yang memiliki *reach* paling besar dan juga sebagai *annual report*.

Menurut Gunelius (2011, hal. 59-62) menyebutkan terdapat 4 unsur yang berperan penting pembuatan *social media marketing*, adalah sebagai berikut:

a. *Content creation*

Konten yang dibuat merupakan konten yang menarik dan mewakili kepribadian perusahaan atau bisnis agar dapat lebih dipercaya oleh audience.

b. *Content sharing*

Membagikan konten kepada komunitas sosial agar dapat memperluas jaringan bisnis serta audience secara online. Dengan pembagian konten tersebut, dapat terjadinya penjualan baik secara langsung maupun tidak langsung, tergantung jenis konten apa yang dibagikan.

c. *Connecting*

Dalam menggunakan media sosial akan sangat memungkinkan untuk seseorang menemukan orang lain yang memiliki minat yang sama. Dengan minat yang sama tersebut bisa membuat lebih banyak bisnis. Seseorang yang memiliki minat yang sama tersebut akan dapat saling berkomunikasi dan melakukan *social networking*.

d. *Community building*

Unsur terakhir ini merupakan unsur yang penting, dikarenakan komunitas akan terbentuk jika adanya kesamaan dalam minat antar individu, sehingga dapat terjadinya *social networking*.

Dari keempat unsur tersebut dan selama melakukan praktik kerja magang, terdapat unsur *content creation* yang telah dilakukan. Konten yang dibuat merupakan konten yang menarik dan mewakili kepribadian perusahaan dan bisnis agar dapat memiliki ciri khas dan lebih dipercaya oleh audience.

Setiap konten tersebut yang dibuat akan selalu ada elemen seperti logo, warna yang selaras, desain, dan akun media sosial. Tidak hanya elemen yang terdapat di konten, tetapi dalam penulisan *caption* pun, selalu menempatkan hastag perusahaan dan bisnis (#yukmarket, #staysafe, dan #indocyber). Dibawah ini merupakan desain konten yang dibuat dengan ciri khas masing-masing dari akun instagram yang berbeda, adalah sebagai berikut:

Gambar 3.8 Ciri khas dari desain staysafe.id



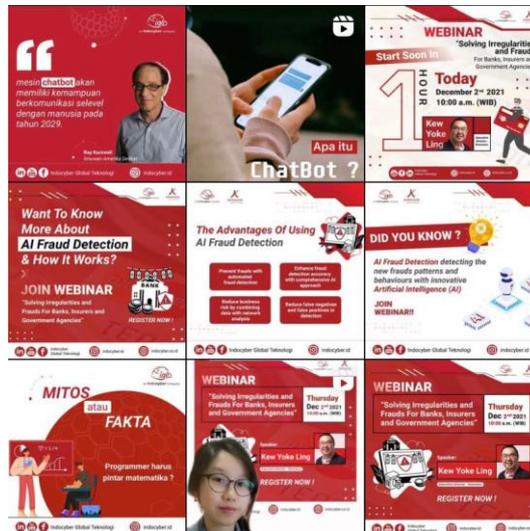
Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

Gambar 3.9 Ciri khas dari desain yukmarket.id



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

Gambar 3.10 Ciri khas dari desain indocyber.id



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

3.3.2 Copywriting

Setelah pembuatan konten, tentunya konten tersebut memerlukan sebuah tulisan yang kreatif dan menarik. Pembuatan tulisan konten ini merupakan bagian dari salah satu pengelolaan media sosial. Tulisan ini merupakan sebuah fitur yang disediakan oleh media sosial yang tujuannya untuk memberikan penjelasan terkait konten yang di unggah, atau biasa dikenal dengan sebutan *caption*. Kegiatan pembuatan *caption* ini disebut dengan *Copywriting*. Menurut Agustrijanto dalam Putri, Hartati, & Purwinarti (2017, hal. 134) *copywriting* diartikan sebagai suatu karya tulis yang kreatif, dimana dapat menggugah, mempersuasi, dan menarik pembaca. Tidak hanya konten saja yang perlu menarik, *caption* pun perlu juga sesuatu kreatif agar dapat menarik perhatian *followers*.

Dengan adanya *caption* ini tentunya memiliki kelebihan seperti dapat menjangkau luas pengguna lainnya dengan menambahkan fitur *hashtag* (#) di dalam *caption*. *Hashtag* (#) ini digunakan untuk memperluas pengguna, selain itu ada fitur *tag* (@), yang dapat menyebutkan nama akun pengguna lain melalui *caption*.

Akan tetapi penggunaan fitur *hashtag* ini tidak bisa sembarangan digunakan, dikarenakan agar *reach* (jangkauan) dalam sebuah postingan dapat

dilihat banyak orang, diperlukan sebuah kecocokan antara hastag dengan konten yang ditampilkan. Menurut Quesenberry (2019, hal. 148), mengatakan bahwa pentingnya menggunakan *hashtag* dengan menggunakan sebanyak 19 *hashtag* yang sedang *trending*, *hashtag* yang banyak digunakan, atau *hashtag* yang relevan dengan konten dapat menaikkan *follower* baru hingga menaikkan *profile visit* media sosial.

Dalam praktik kerja magang ini, tentunya juga membuat *caption* yang menarik, kreatif, hingga mempersuasi *follower* untuk dapat berinteraksi. Pembuatan *caption* juga perlu memperhatikan gaya bahasa yang digunakan agar sesuai dengan target yang dituju. Selain gaya bahasa, perlu juga memperhatikan jam upload konten, dikarenakan jam upload tersebut berpengaruh juga terhadap *views* konten. Biasanya konten akan selalu mengupload di jam 12 siang pada hari kerja atau jam 6 malam di hari libur. Berikut dibawah ini merupakan *caption* dan hastag yang dibuat:

Gambar 3.11 *Caption* Instagram yukmarket.id



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

Gambar 3.12 Caption Instagram staysafe.id



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

3.4 Kendala dan Solusi

3.4.1 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan praktik kerja magang ini, ditemukan beberapa kendala, yaitu:

1. Pada bulan September hingga pertengahan Oktober, di PT. Indocyber Global Teknologi hanya ada penulis yang sedang melakukan praktik kerja magang, sehingga terkadang harus mengelola lebih dari satu akun instagram. Hal ini membuat banyaknya pekerjaan yang harus dilakukan dan diselesaikan.
2. Kurang adanya SOP dalam mengelola media sosial instagram, sehingga mengalami kesulitan pada penjadwalan konten.

3.4.2 Solusi

Berikut solusi yang bisa PT. Indocyber Global Teknologi lakukan dalam menangani kendala yang ada, sebagai berikut:

1. Pada saat kendala ini ditemukan, penulis sudah menyiapkan *timeline content* untuk satu bulan kedepan dan telah mempersiapkan semua konten dan caption yang akan diupload dimedia sosial.

2. Dikarenakan tidak adanya SOP terkait mengelola media sosial, penulis menyiapkan sendiri SOP tersebut yang kemudian diberikan kepada supervisor untuk mendapatkan saran.