



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 3

Pelaksanaan Kerja Magang

3.1. Kedudukan dalam Kerja Magang

Dalam menjalankan praktik kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi *organizational development* sebagai *social media specialist*. Divisi *organizational development* adalah instrumen utama dalam menyebarkan nilai dan budaya milik PT Sumber Alfaria Trijaya melalui media *digital* Instagram. Dalam kerja magang ini, penulis dibimbing oleh Tety Rusmiati selaku penanggung jawab dari divisi *organizational management*.

3.2. Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

3.2.1. Tugas Kerja Magang

Tugas yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang di divisi *organizational development* PT Sumber Alfaria Trijaya yang berlangsung dari 6 September 2021 hingga 6 Desember 2021 adalah:

1. Melakukan perencanaan konten yang akan diangkat dengan melakukan riset tren dan konten media sosial.
2. Menyusun *content plan* untuk jadwal *upload*, hari besar, dan konten khusus Alfamart Gema Budaya Cikokol setiap awal bulan.
3. Membuat konten dan *caption* Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol.
4. Memantau aktivitas dan perkembangan media sosial Alfamart Gema Budaya Cikokol termasuk membalas komentar dan *direct message* dari pengikut.

Tabel 3.1 *Timeline* praktik kerja magang yang dilakukan di PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk

<i>Jobdesc</i>	September	Oktober	November	Desember
Riset Tren Media Sosial	■	■	■	■
Menyusun <i>Content Plan</i>	■	■	■	■
Membuat Konten	■	■	■	■
Membuat laporan <i>monitoring</i> Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol		■	■	■

(Sumber: Olahan Peneliti, 2021)

3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tim *social media specialist* diminta oleh perusahaan untuk meningkatkan *engagement rate* Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol sehingga dibutuhkan *social media management* untuk memungkinkan hal tersebut terjadi. Menurut Brito (2014, p.28) *social media management* memiliki tujuan yaitu memperluas jangkauan audiens pada *channel* publikasi untuk mencapai target tertentu dengan menjalin hubungan baik dan komunikasi yang lancar yang nantinya akan berdampak kepada kepuasan konsumen ataupun audiens.

Adornato (2017, p.118) mengungkapkan terdapat beberapa strategi agar pembuatan konten media sosial dapat menjadi lebih efektif, 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 disampaikan.
2. Bagikan informasi dengan jangka pendek dan *multiple post* dengan membagikan informasi yang singkat, maka informasi akan lebih mudah untuk dipahami oleh pengguna media sosial dibandingkan dengan informasi yang panjang.
3. Mulai sebuah *post* dengan sebuah percakapan, karena penulisan yang ada di media sosial lebih informal dibandingkan dengan penulisan sebuah berita atau artikel, sehingga kita dapat memanfaatkannya dengan memulai sebuah pembicaraan dengan audiens seperti sebuah pertanyaan atau bahkan pernyataan yang akan menciptakan hubungan dengan audiens.

Konten media sosial Alfamart Gema Budaya Cikokol seluruhnya diserahkan kepada tim *social media specialist* sehingga penulis harus menyesuaikan dengan gaya konten yang paling sesuai untuk digunakan pada Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol. Penulis juga diberikan satu tujuan oleh PT Sumber Alfaria Trijaya untuk meningkatkan *engagement rate* Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol. Penulis berfokus membuat Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol sebagai akun internal perusahaan dalam menyebarluaskan nilai dan budaya perusahaan beserta informasi lainnya yang berhubungan dengan perusahaan dan karyawannya.

Luttrell (2015) menyebutkan terdapat beberapa tahap yang perlu diperhatikan dalam mengelola media sosial, di antara lain adalah 1) *Share* (menyebarkan), dalam hal ini komunikator harus mempunyai strategi dalam mengguna media sosial serta media sosial apa saja yang digunakan agar komunikasi dapat berjalan efektif dan efisien; 2) *Optimize* (optimisasi), yakni mengoptimalkan pesan yang ingin disampaikan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda-beda; 3) *Manage* (mengatur), yakni bagaimana komunikator mengatur media sosial dengan baik. Hal ini dikarenakan seringkali perbincangan terjadi di media sosial

secara cepat. 4) *Engage* (melibatkan), dalam pengelolaan media sosial, melibatkan audiens merupakan komponen yang sangat penting dalam strategi media sosial.

Dalam tahap *share* @alfamartgemabudaya_cikokol menggunakan saluran media sosial yaitu Instagram dengan 4.661 *followers* dan 1.074 *posts*. Penggunaan media sosial sebagai *tools* dalam melakukan aktivitasnya dinilai untuk melakukan komunikasi dua arah dengan karyawan internal. Dalam mengelola media sosialnya, Instagram mempunyai nilai lebih yaitu mengirim konten visual. Alfamart gema budaya Cikokol dari awal menentukan konten, informasi, hingga melakukan *monitoring*.

Di tahap selanjutnya yaitu *optimize*, pada Instagram sendiri dalam satu minggu dapat mengunggah 5-7 konten tentang budaya perusahaan hingga informasi-informasi terbaru lainnya. Selain itu, tim Alfamart gema budaya Cikokol mengoptimalkan pesan dengan cara menulis *caption* yang menarik dan menggunakan *hashtag* yang ada pada Instagram.

Kemudian pada tahap *manage* yaitu bagaimana Alfamart gema budaya Cikokol mengelola media sosial tersebut. Untuk melihat hasil kinerjanya, Alfamart gema budaya Cikokol menggunakan Facebook Creator Studio guna mengetahui performa Instagram Alfamart gema budaya Cikokol, dimana dari website analitik tersebut terdapat data yang menunjukkan grafik dari instagram @alfamartgemabudaya_cikokol.

Terakhir tahap *engage* yang dilakukan adalah dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan dalam setiap *caption* untuk meraih *engagement* audiensnya.

Selama melakukan praktik kerja magang dalam divisi *organizational development*, berikut adalah pekerjaan dan alur kerja yang penulis lakukan ketika melakukan magang di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk:

A.1. Riset Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol

Setiap awal bulan, penulis akan melakukan riset media sosial untuk menentukan konten seperti apa yang cocok pada bulan tersebut. Riset dilakukan dengan cara melihat dan menggunakan konten-konten yang sedang *trending* sehingga

konten memiliki kesempatan untuk memperluas area jangkauan dari tren media sosial yang sedang terjadi. Riset ini merupakan riset pertama kali yang penulis lakukan atas ajuan dari pembimbing magang dalam meningkatkan *engagement rate* serta mengelola akun Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol.

A.2. Content Plan Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol

Setelah melakukan riset mengenai media sosial, agar konten dapat mencapai target yang sesuai, maka diperlukan perencanaan yang matang serta riset mendalam untuk menentukan konten seperti apa yang akan diangkat pada bulan tertentu. Oleh sebab itu, dibutuhkannya sebuah *content plan* agar dapat mempermudah dalam memantau konten mana saja yang sudah di unggah dan konten mana yang akan di unggah. Di dalam *content plan* terdapat tanggal *upload* konten, jenis konten, jam *posting*, status produksi, serta status *posting*. Untuk *content plan* sendiri, penulis menggunakan Google Sheets.

Tanggal	Konten	Jam Posting	Status Posting	Status Produksi
6 September 2021	Budaya kerja	18.00 WIB	Done	Done
7 September 2021	Budaya kerja	12.00 WIB	Done	Done
	AFF 2021 teaser	18.00 WIB	Done	Done
8 September 2021	Budaya kerja	12.00 WIB	Done	Done
	AFF 2021 announcement	18.00 WIB	Done	Done
9 September 2021	Budaya kerja	12.00 WIB	Done	Done
10 September 2021	Budaya kerja	12.00 WIB	Done	Done
13 September 2021	Repost #AlfamartBeauty	12.00 WIB	Done	Done
14 September 2021	Best presence August 2021	12.00 WIB	Done	Done
	Employee happiness survey flyer	18.00 WIB	Done	Done
15 September 2021	Vaksinasi karyawan	12.00 WIB	Done	Done
	Ucapan hari demokrasi	16.30 WIB	Done	Done
16 September 2021	Data penurunan covid	12.00 WIB	Done	Done

(Sumber: Olahan Peneliti, 2021)

Gambar 3.1 Google Sheet *Content Plan*

A.3. Membuat Konten Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol

Selanjutnya, setelah *content plan* direncanakan secara matang, sesuai dengan arahan dari pembimbing magang yang meminta penulis untuk meningkatkan *engagement rate* Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol, maka dibutuhkan konsistensi dalam mengunggah konten dan juga memanfaatkan sistem *hashtag* dalam Instagram untuk meraih audiens yang lebih luas. Untuk menentukan konten seperti apa yang sedang *trending* pada bulan tertentu, penulis melakukan sedikit riset terlebih dahulu pada setiap awal bulan. Tujuannya adalah menemukan konten yang paling berpotensi dan menarik agar dapat meningkatkan *engagement rate* Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol.



Gambar 3.2 Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol

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. *Tips and trick*
11. Promosi produk

Jenis-jenis konten yang disebutkan di atas menjadi salah satu jenis konten yang digunakan pada Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol, berikut adalah beberapa kategori konten Alfamart Gema Budaya Cikokol:

1. Budaya Kerja

Konten yang diangkat dari budaya kerja 2i3k Alfamart disertai dengan *quotes* yang relevan sehingga dapat memotivasi pembacanya.

2. *Tips and Trick*

Konten yang menyajikan sebuah *tips and trick* mengenai hal yang bersangkutan

3. Lomba/*Giveaway*

Konten yang menginformasikan tentang lomba yang berlangsung beserta dengan hadiah yang akan didapat untuk meningkatkan *engagement* dengan pengikut.

4. Penghargaan

Merupakan konten bulanan Alfamart Gema Budaya Cikokol yang menyajikan orang-orang dengan presensi terbaik dan pemenang IKT (insentif kinerja toko).

5. *Happy birthday employee*

Merupakan konten bulanan Alfamart Gema Budaya Cikokol yang mengucapkan selamat ulang tahun kepada semua karyawan yang berulang tahun di bulan tersebut.

6. Konten Hari Besar





Konten untuk memperingati hari-hari besar.

Pada awal program praktik kerja magang, penulis melakukan riset mengenai tren apa saja yang sedang naik di media sosial untuk diangkat menjadi topik konten yang nantinya akan dimasukkan kedalam daftar kandidat konten yang akan digunakan. Tema konten yang ditetapkan akan menjadi tema yang akan diangkat oleh Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol dalam mengambil sebuah ide konten dan dituangkan kepada *design* dan *caption* konten.

Berikut adalah tabel beberapa konten Instagram yang penulis buat selama melakukan praktik kerja magang di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk pada akun Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol:

Tabel 3.2 Konten Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol

No.	Nama Konten	Konten
1.	Budaya Kerja	

2.	<i>Tips and Trick</i>	
3.	Lomba	
4.	Penghargaan	
5.	<i>Happy Birthday Employee</i>	

6.	Hari Besar	
----	------------	--

A.4. Membuat *Caption* dan Mengunggah Konten Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol

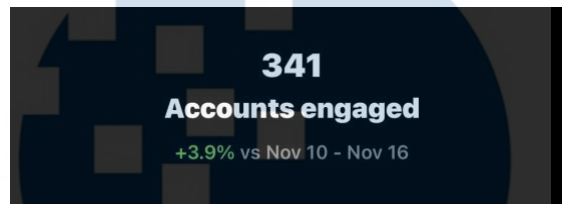
Ketika mengunggah sebuah konten, konten memerlukan tulisan yang kreatif dan menarik agar dapat membantu meningkatkan nilai dari sebuah konten. Maka itulah *caption* tidak dapat dibuat sembarangan, apalagi *caption* dapat digunakan sebagai salah satu sarana untuk memperluas area jangkauan dengan adanya fitur *hashtag*. Fitur ini dapat memperluas angka *reach* sebuah akun dapat dilihat dari *hashtag* yang digunakan, sehingga konten yang menggunakan *hashtag* tertentu dapat tersebar tidak hanya di dalam negara tetapi bahkan di luar negara. Ketika penulis mengupload konten, penulis juga harus memperhatikan jam dan hari *upload* mana saja yang harus dihindari karena angka aktivitas akun pengikut yang sedikit di hari dan jam tertentu.

A.5. *Monitoring* Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol

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 dan mengoptimalkan konten yang dihasilkan. Dalam *memonitoring* akun Alfamart Gema Budaya Cikokol, penulis menggunakan Facebook Creator Studio, berikut adalah data yang dapat penulis peroleh dari Facebook Creator Studio:

1. Angka *Engagement*

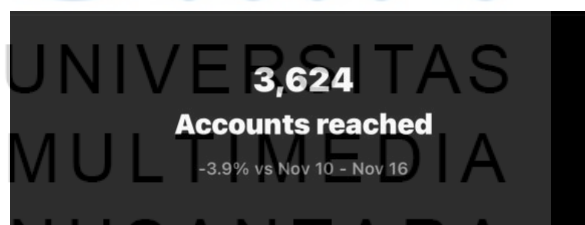
Gambar di bawah menunjukkan angka dari *engagement* yang terjadi pada akun Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol, dapat dilihat bahwa terdapat 341 *engagement* yang terjadi dari tanggal 10-16 November 2021. *Engagement* meliputi angka total pengunjung akun Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol.



Gambar 3.3 Angka *Engagement* Alfamart Gema Budaya Cikokol

2. Jangkauan Akun

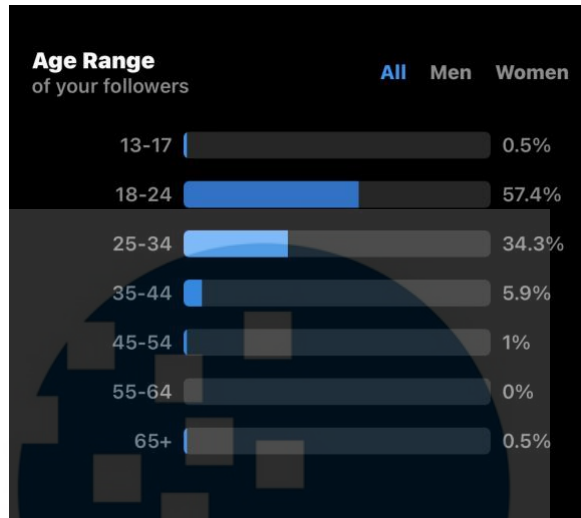
Jangkauan akun merupakan angka yang diperoleh oleh akun Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol yang berarti konten Alfamart Gema Budaya Cikokol dilihat oleh akun unik. Dalam artian, dari tanggal 10-16 November 2021, sudah ada sekitar 3624 akun yang melihat konten Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol.



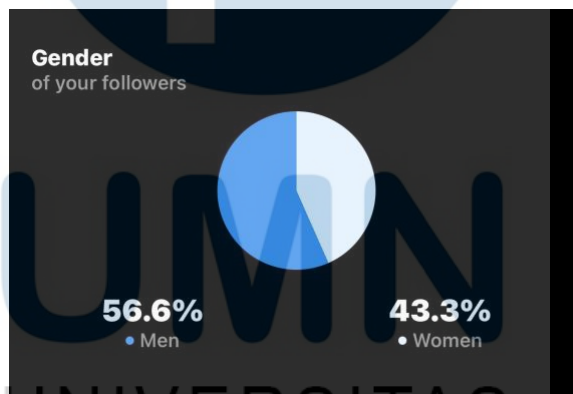
Gambar 3.4 Angka Jangkauan Alfamart Gema Budaya Cikokol

3. Usia dan Jenis Kelamin Pengikut

Melalui Facebook Creator Studio, penulis dapat mengetahui perbandingan jenis kelamin dan usia dari pengikut akun Instagram Alfamart Gema Budaya Cikokol melalui grafik yang ditunjukkan melalui Facebook Creator Studio.



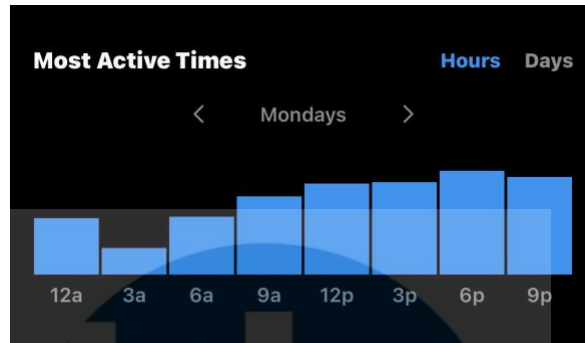
Gambar 3.5 Grafik usia pengikut Alfamart Gema Budaya Cikokol



Gambar 3.6 Grafik jenis kelamin pengikut Alfamart Gema Budaya Cikokol

4. Hari dan Jam Pengikut Aktif di Instagram

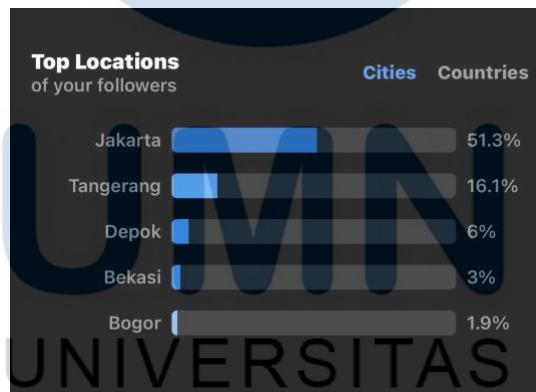
Menurut grafik di bawah, penulis dapat melihat jam aktif pengikut akun Alfamart Gema Budaya Cikokol pada setiap hari pada minggu tertentu. Walaupun data tersebut berupa perkiraan, tetapi dapat penulis gunakan sebagai pemilihann jam yang tepat untuk mengupload konten.



Gambar 3.7 Grafik jam aktif pengikut Alfamart Gema Budaya Cikokol

5. Kota Pengikut

Data terakhir yang tersedia di Facebook Creator Studio adalah dari mana pengikut akun Instagram Akun Alfamart Gema Budaya Cikokol yang memberitahu dari kota mana mereka berasal.



Gambar 3.8 Grafik lokasi pengikut Alfamart Gema Budaya Cikokol

Setelah data-data tersebut didapatkan, penulis akan membuat laporan setiap akhir bulan untuk dipresentasikan kepada pembimbing magang di kantor untuk melihat jika ada yang harus diperbaiki dan dievaluasi untuk bulan berikutnya.

3.3. Kendala yang ditemukan

Kendala yang ditemukan selama melakukan praktik kerja magang di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk adalah:

1. Tidak adanya *standard operating procedure* (SOP) tentang alur membuat konten di Instagram membuat penulis yang merupakan orang baru di perusahaan kebingungan dari segi komunikasi perusahaan dan bagaimana alur pekerjaan di perusahaan karena belum adanya SOP, sehingga pekerjaan yang penulis buat tidak perlu melewati evaluasi dari atasan atau supervisi, dan penulis perlu mengevaluasi konten yang penulis buat sendiri. Hal tersebut menyebabkan penulis tidak mengetahui apakah konten yang penulis buat sesuai atau tidak dengan tujuan perusahaan.
2. Mekanisme permintaan data-data terkait absensi karyawan, toko dengan penjualan terbaik, dan karyawan terbaik memakan waktu yang cukup lama.
3. Penulis sering mendapatkan pekerjaan untuk membuat konten yang muatannya cukup banyak, baik gambar maupun video, secara mendadak dengan tenggat waktu pengumpulan yang singkat. Oleh karena itu, pembuatan konten sering kali menjadi kurang baik karena keterbatasan waktu.

3.4. Solusi

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

1. Mengusulkan dan mendiskusikan pembuatan *standard operating procedure* (SOP) tentang alur membuat konten di Instagram agar alur pekerjaan dan komunikasi antar karyawan perusahaan menjadi lebih jelas, hal tersebut akan mempermudah proses pekerjaan untuk seluruh karyawan dan juga untuk pemegang.
2. Meminta data yang dibutuhkan dari jauh-jauh hari.
3. Meminta pemberian pekerjaan bisa diberikan dari beberapa hari sebelumnya agar penulis dapat menghasilkan konten yang lebih maksimal.