



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Dalam melakukan kerja magang, penulis ditempatkan di bagian *Public Relations* dan *Social Media Specialist*, di mana penulis tidak hanya melakukan aktivitas *Public Relations* pada umumnya, namun penulis juga ikut mengelola dan mengontrol arus informasi yang akan dibagikan melalui *social media* milik perusahaan tempat penulis melakukan kerja magang.

Divisi ini dipimpin oleh Michelle Budirahardjo yang merupakan ketua dari divisi *Project Manager* dan *Content Specialist*. Tanggung jawab yang diberikan kepada penulis adalah penulis harus mampu menaikkan presentasi pembaca *E-News* dari *social media* yang dimiliki oleh PT Eannovate Creative Technology. Selain itu, penulis juga berkoordinasi dengan Billy Gani yang merupakan CEO dari PT Eannovate Creative Technology dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan kepada penulis.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam kerja magang, penulis diberikan tanggung jawab di dua bidang oleh PT Eannovate Creative Technology, yaitu di bagian *Public Relations* dan *Social Media Specialist*. Di bawah ini adalah pekerjaan yang penulis lakukan selama melakukan kerja magang, yaitu:

3.3.1 Public Relations Writing

Di bagian *Public Relations Writing*, tugas yang diberikan kepada penulis adalah tanggung jawab untuk membuat *press release*, *soft selling*, dan *hard selling*. Tiga hal tersebut merupakan tugas penting yang dilakukan penulis sebagai bentuk pelayanan kepada klien dari PT Eannovate Creative Technology.

Dari banyaknya klien yang menggunakan jasa dari PT Eannovate Creative Technology, sebagian besar menggunakan jasa *branding* yang perusahaan tawarkan untuk meningkatkan *brand* kepada target marketnya, sehingga PT Eannovate Creative Technology tidak hanya membuat *press release*, *soft selling*, dan *hard selling* yang akan dimasukkan ke dalam *website* kliennya, tetapi juga ikut mempublikasikan *press release*, *soft selling*, dan *hard selling* ke dalam *website* PT Eannovate Creative Technology sendiri sebagai bagian dari pelayanan yang diberikan kepada kliennya.

Penulis diberi kepercayaan oleh perusahaan untuk membuat *press release*, *soft selling*, dan *hard selling* untuk klien PT Eannovate Creative Technology, yaitu Ilitho dan Instaprint di mana pada saat penulis melakukan praktik kerja magang, kedua klien tersebut sedang menggunakan jasa PT Eannovate Creative Technology untuk melakukan *rebranding* pada *website* nya. Tahapan pertama yang penulis lakukan adalah mempelajari *website* dari klien tersebut.

Penulis juga memiliki kesempatan untuk berkomunikasi secara langsung dengan klien untuk membahas hal-hal utama apa yang ingin dipublikasikan. Setelah menemukan kesepakatan, maka penulis membuat *press release*, *soft selling*, dan *hard selling* tersebut dan menunjukkan hasilnya kepada klien untuk mendapat persetujuan untuk dipublikasikan.

Press release, *soft selling*, dan *hard selling* yang telah penulis buat, kemudian dipublikasikan pada waktu yang sudah ditentukan oleh perusahaan, yaitu pukul 10.00 WIB, 14.00 WIB, dan 17.00 WIB. PT Eannovate Creative Technology beranggapan

bahwa pada waktu-waktu tersebut, banyak orang yang sedang mengakses internet dan menggunakan *social media*.

Penulis tidak hanya memegang tanggung jawab di satu *website* milik PT Eannovate Creative Technology, namun juga memegang tanggung jawab pada *website* CIVIMI, yang di dalamnya berisikan informasi seputar karir, informasi magang, hingga informasi mengenai lowongan pekerjaan.

Setiap harinya, penulis ditugaskan untuk mencari informasi mengenai informasi magang dan lowongan pekerjaan dan memasukkannya ke dalam *website* CIVIMI. Tujuannya adalah membantu anak-anak muda agar dapat mencari pekerjaan dengan mudah dan tidak perlu repot membuat CV karena CIVIMI menyediakan CV *online*.

Jika ada CV yang masuk, yang penulis lakukan adalah mengirimkan CV tersebut ke perusahaan terkait. CIVIMI ikut membantu penggunaanya untuk mendapatkan informasi seputar magang dan lowongan pekerjaan serta membantu perusahaan untuk mendapatkan Sumber Daya Manusia (SDM). Penulis juga diberi kesempatan oleh perusahaan untuk mendapatkan berkomunikasi dengan perusahaan-perusahaan tersebut untuk melakukan *follow-up* mengenai CV yang telah penulis kirimkan kepada pihak perusahaan tersebut.

Menurut Ardianto (2004, h. 76), *press release* adalah informasi yang berbentuk berita oleh seorang *public relations* di dalam suatu perusahaan atau organisasi untuk disampaikan kepada redaksi media dengan tujuan mendapatkan publisitas. Dalam hal ini, PT Eannovate Creative Technology menggunakan media *online*, berupa *website* dan *social media* untuk mempublikasikan *press release*, *soft selling*, dan *hard selling*.

Hard selling (straight news) merupakan jenis pemasaran yang ditulis secara *to the point* dan dituliskan sesuai dengan 5W + 1H serta hanya menuliskan fakta penting yang ingin disampaikan. Sementara *soft selling (soft news)* merupakan jenis

pemasaran yang mengutamakan ketertarikan pembacanya sehingga tidak langsung mengutarakan pesan utama dari pemasaran tersebut (Anyan, 2012, para. 10).

Dari penjelasan di atas, terdapat kesamaan antara pengertian di atas dengan apa yang penulis lakukan selama melakukan praktik kerja magang. Penulis membuat *soft selling* dengan menggunakan kata-kata dan pembahasan yang menarik dengan memberikan unsur edukasi di dalamnya sehingga pembaca akan tertarik dan tidak langsung mengetahui tentang isi pesan yang sesungguhnya. Sementara untuk *hard selling*, penulis secara *to the point* dan singkat menuliskan pesan apa yang klien ingin sampaikan melalui pemasaran tersebut.

Sibero (2011, h. 11) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan *website* adalah suatu sistem yang berhubungan dengan dokumen dan digunakan sebagai media dalam menampilkan teks, gambar, dan multimedia dengan menggunakan jaringan internet. Dalam hal ini, penulis menggunakan dua *website* dari PT Eannovate Creative Technology, yaitu *www.eannovate.com* dan *www.civimi.com* untuk mempublikasikan konten-konten, *press release*, *hard selling* dan *soft selling* yang penulis buat.

Menurut Bertrand R. Canfield (2007, h. 30), *public relations* adalah falsafah atau fungsi manajemen yang dapat diekspresikan dengan bijaksana dan kegiatan untuk melayani kepentingan publik dan melakukan kegiatan komunikasi untuk publiknya sehingga dapat menciptakan pengertian dan *goodwill* dari publiknya.

Kriyantono (2008, h. 6). *public relations writing* memiliki tujuan untuk menciptakan pemahaman public mengenai perusahaan serta membentuk *goodwill* dan kerja sama melalui tulisan.

Dalam pengertian tersebut terdapat kesamaan dengan tugas yang penulis lakukan selama melakukan kerja magang, di mana PT Eannovate Creative Technology melakukan kegiatan komunikasi dengan publik yang menjadi *target market* dengan memberikan informasi-informasi seputar teknologi pada E-News.

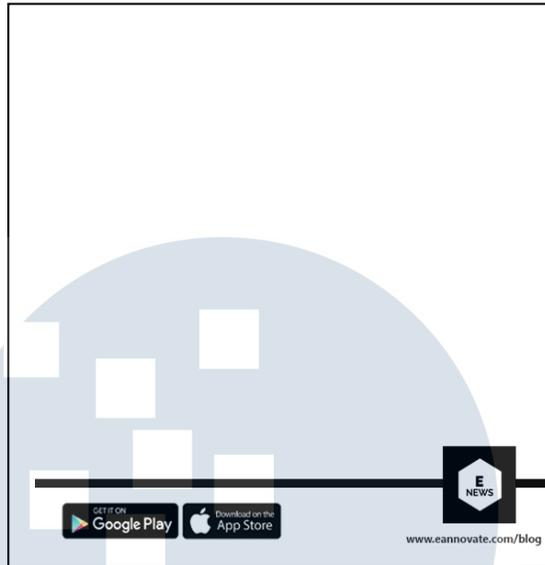
3.3.2 *Social Media Specialist*

Bagian kedua yang dilakukan oleh penulis selama kerja magang adalah menjadi *Social Media Specialist*. Di sini, penulis terlibat langsung dalam *social media* yang dimiliki oleh PT Eannovate Creative Technology, yaitu Facebook dan Instagram. Penulis juga diajarkan bagaimana menggabungkan foto, informasi dan *template* di Photoshop yang digunakan untuk *feed* Instagram milik PT Eannovate Creative Technology.

Dalam mempublikasikan konten dan sebagainya, penulis diberikan jam–jam tertentu di mana dalam sehari penulis akan mengunggah foto di *social media* selama tiga kali, yaitu jam 10.00 WIB, 14.00 WIB, dan 17.00 WIB. Menurut perusahaan, pada jam–jam tersebut, lebih banyak orang yang mengakses *social media* sehingga akan lebih mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan *awareness* dari pembacanya.

Pada *social media* Instagram PT Eannovate Creative Technology yang bernama *e_newstech*, penulis terlebih dahulu membuat *photoshop* dengan menggabungkan *templete* khas *E-News* dan foto yang berkaitan dengan pemberitaan yang dibuat. Setelahnya, penulis akan membuat kalimat singkat yang merupakan inti pesan dari berita tersebut. Namun, pada awal penulis melakukan praktik kerja magang, penulis diharuskan untuk menunjukkan hasil *photoshop* tersebut terlebih dahulu kepada pemimpin lapangan, Michelle Budirahardjo untuk mendapatkan persetujuan. Setelah mendapatkan persetujuan, penulis mempublikasikan foto tersebut ke Instagram sesuai dengan jam-jam yang telah ditentukan.

Gambar 3.1 Template Foto Instagram



Sumber: PT Eannovate Creative Technology

Gambar 3.2 Hasil Foto Instagram



Sumber: PT Eannovate Creative Technology

Untuk Facebook, penulis mempublikasikan pemberitaan yang telah ada di *E-News* dengan menyertakan *link* dan *caption* yang menarik sehingga orang-orang

yang melihatnya tertarik untuk mengaksesnya. Pada *social media* Facebook, tidak hanya *E-News* yang dipublikasikan, namun termasuk mempublikasikan artikel di *social media* CIVIMI yang merupakan anak *website* dari PT Eannovate Creative Technology.

Gambar 3.3 Hasil Upload di Facebook



Sumber: PT Eannovate Creative Technology

Gambar 3.4 Hasil Upload di CIVIMI



Sumber: PT Eannovate Creative Technology

Tidak hanya bertanggung jawab di *social media* milik perusahaan, penulis juga melakukan *buzzer* ke forum-forum terkenal di Indonesia untuk mempublikasikan *press release*, *soft selling*, dan *hard selling* yang sebelumnya telah dibuat oleh penulis. *Buzzer* sendiri merupakan sebutan seseorang yang bertugas untuk menyebarkan pesan yang sudah dibuat secara terus-menerus dengan tujuan tertentu.

Jika dikaitkan dengan yang penulis lakukan, tujuannya adalah untuk membantu klien PT Eannovate Creative Technology, khususnya Ilitho dan Instaprint mendapatkan publisitas dan *awareness* dari public yang saat ini sedang melakukan *rebranding* pada *website* Instaprint. Di sini, penulis menggunakan tiga forum sebagai media *buzzer*, yaitu Kaskus, Forum Bebas, dan Maxmanroe.

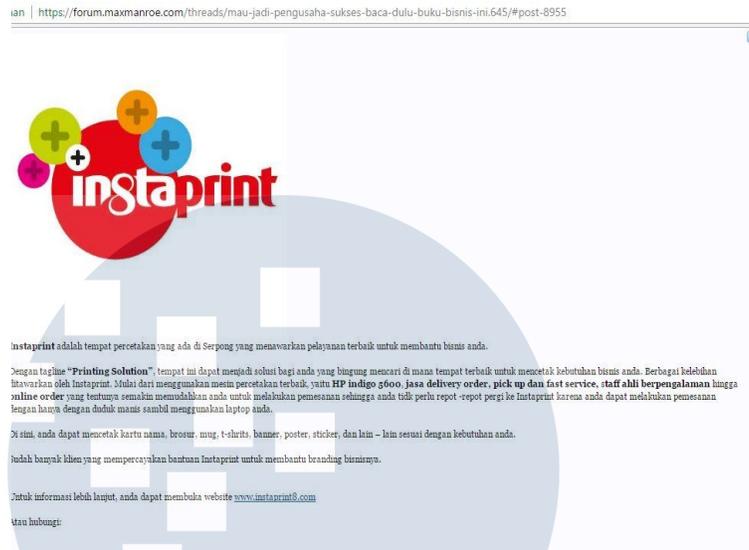
Gambar 3.5 Buzzer di Forum Kaskus



Sumber:

<https://www.kaskus.co.id/post/58f83dcbd9d770b02c8b456c#post58f83dcbd9d770b02c8b456c>

Gambar 3.6 Buzzer di Forum Maxmanroe



Sumber: <https://forum.maxmanroe.com/threads/stroidku-template-blogger-gratis.5279/>

Gambar 3.7 Buzzer di ForumBebas



Sumber: http://forumbebas.com/discussion/223849/millenials-kamu-gini-nggak-sih/p1#Comment_223344

Di setiap akhir bulan, penulis akan melakukan *follow-up analytics* untuk mengetahui apakah ada peningkatan jumlah akses pada *website* dan *social media* dari PT Eannovate Creative Technology, kemudian mempresentasikan hasil tersebut kepada CEO PT Eannovate Creative Technology, yaitu Billy Gani.

Untuk melakukan kegiatan tersebut, penulis menggunakan *Google Analytics* yang diakses secara gratis. Melalui *google analytics*, penulis dapat mengetahui jumlah pengunjung berdasarkan mesin pencarian, iklan, jaringan *pay-per-click*, dan *email marketing*. Selain itu, dengan menggunakan *google analytics* penulis juga dapat membuat laporan mengenai *traffic website* dan *social media* dalam jangka waktu yang diinginkan.

Dengan menggunakan *google analytics*, penulis dapat mengetahui negara-negara dan kota-kota mana yang mengakses *website* dari PT Eannovate Creative Technology, berapa lama durasi pengaksesan *website* PT Eannovate Creative Technology, artikel yang disukai dan diakses, dan berapa jumlah peningkatan pembaca *website* dan pengguna *social media* dari PT Eannovate Creative Technology.

Chris Garrett (2012, h. 5), yang dimaksud dengan *social media* adalah alat, jasa, dan komunikasi yang dijadikan sebagai media atau fasilitas dan dapat menghubungkan antara satu orang dengan yang lain di mana di dalamnya memiliki kepentingan yang sama.

Melalui pengertian ini, terdapat kesamaan di antara pengertian dan kegiatan yang penulis lakukan, bahwa kegiatan yang dilakukan oleh *social media specialist* di *social media* milik PT Eannovate Creative Technology memiliki tujuan untuk menjadi media yang menghubungkan penggunanya dengan dunia seputar teknologi, di mana penggunanya akan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan seputar teknologi melalui *E-News*. Di sisi lain, dengan pengguna-pengguna baru lainnya mengakses *E-News* maka kepentingan untuk mendapatkan *brand awareness* yang diinginkan oleh PT Eannovate Creative Technology menjadi terpenuhi.

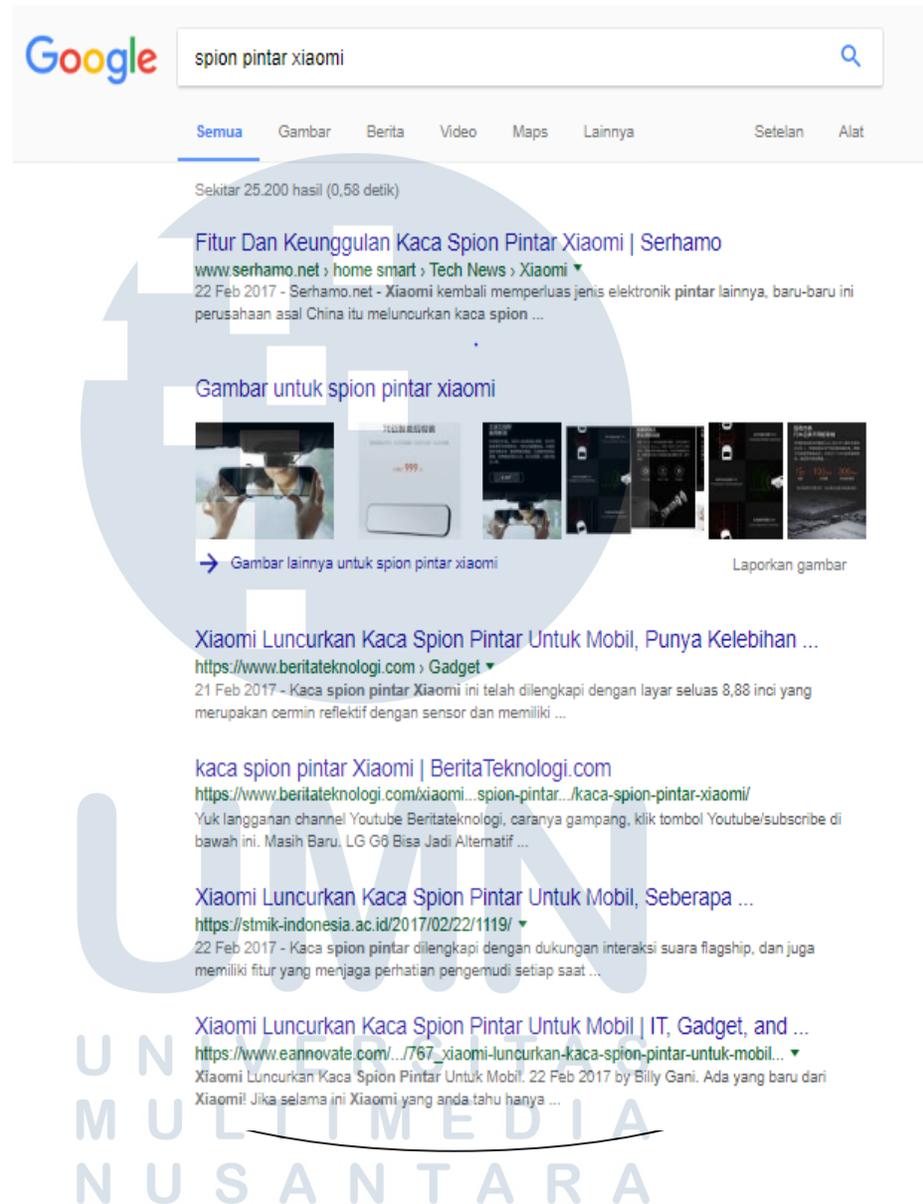
Menurut Peter dan Olson (2000, h. 190), *brand awareness* adalah tujuan umum pada proses komunikasi yang digunakan pada semua strategi komunikasi dan diharapkan jika kebutuhan kategori muncul, maka *brand* tersebut akan dimunculkan kembali dari ingatan yang selanjutnya dijadikan rujukan atau pertimbangan alternatif dalam setiap pengambilan keputusan.

Kent (2004, h. 1) mengartikan *Search Engine Optimization* (SEO) sebagai rangkaian proses sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan *volume* kualitas dari *search engine* ke alamat situs *website* dengan memanfaatkan algoritma dari *search engine*. Jika *website* tersebut muncul di halaman pertama atau urutan pertama, maka dapat dikatakan bahwa *website* tersebut aktif diakses oleh pengguna internet.

Di internet, *website* PT Eannovate Creative Technology sudah mulai memiliki *brand awareness* dari penggunaannya dan jika pengguna menuliskan kategori atau kata kunci tertentu, *website* PT Eannovate Creative Technology seringkali muncul di urutan pertama ataupun pada halaman pertama.

Contohnya, jika pengguna menuliskan kata kunci “spion pintar Xiaomi”, maka *website* PT Eannovate Creative Technology akan muncul di halaman pertama. Contoh lainnya adalah jika pengguna menuliskan kata kunci “tanya asmara”, maka *website* milik PT Eannovate Creative Technology menempati urutan pertama di dalam mesin pencarian. Hal tersebut menandakan bahwa PT Eannovate Creative Technology sudah mulai menjadi rujukan dan sering diakses penggunaannya untuk mendapatkan informasi yang diinginkan oleh pengguna internet.

Gambar 3.8 SEO Website PT Eannovate Creative Technology



Sumber:

<https://www.google.co.id/search?site=&source=hp&q=kaca+pintar+Gambar>

b

Gambar 3.9 SEO Website PT Eannovate Creative Technology



Sumber:

https://www.google.co.id/search?q=tanya+asmara&oq=tanya+asmara&gs_l=serp.3..0j0i22i30k115.205465.208836.0.209068.14.13.1.0.0.0.1129.2099.7j3j7-1.11.0....0...1.1.64.serp..2.12.2103...0i67k1j0i131k1.uJHvC Bocw78

3.4 Kendala yang Ditemukan

Dalam melakukan praktik kerja magang, tidak dipungkiri bahwa terdapat kendala yang penulis temukan.

Kendala utama yang penulis rasakan adalah fakta bahwa PT Eannovate Creative Technology merupakan perusahaan *start up* yang baru berjalan selama lima tahun, sehingga PT Eannovate Creative Technology harus bekerja lebih *extra* untuk meningkatkan publisitas dan *awareness* dari publik, khususnya bagi organisasi atau perusahaan besar.

Selain itu, masih banyak organisasi atau perusahaan yang belum menganggap *website*, aplikasi dan *branding* penting untuk organisasi atau perusahaannya sehingga PT Eannovate Creative Technology juga harus tepat dalam memberikan penjelasan bagi organisasi atau perusahaan tersebut, sehingga nantinya timbul ketertarikan hingga berujung pada keputusan untuk mempercayakan hal tersebut ke PT Eannovate Creative Technology.

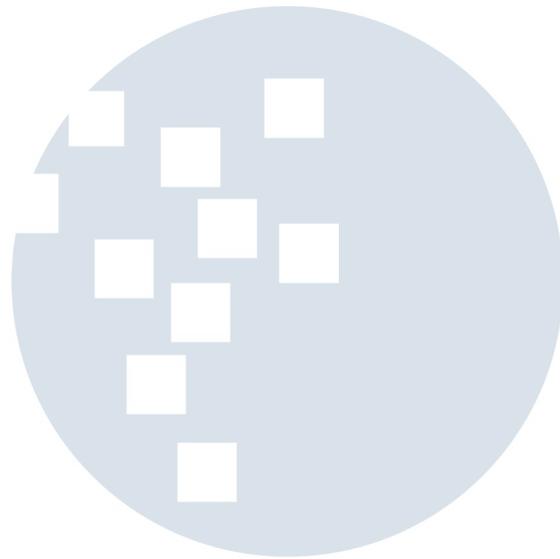
3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang penulis temukan adalah melakukan *word of mouth* kepada *entrepreneur-entrepreneur* muda dengan memberikan informasi mengenai pentingnya *website* dalam suatu perusahaan, dan setelahnya dapat mengenalkan produk dari PT Eannovate Creative Technology.

Untuk perusahaan besar, penulis membantu membuat proposal yang menarik mengenai *profile company* PT Eannovate Creative Technology sehingga perusahaan tersebut tertarik untuk menggunakan jasa pembuatan *website* dan *branding* PT Eannovate Creative Technology.

Selain itu, dengan menggunakan metode *buzzer* di *social media* milik PT Eannovate Creative Technology, penulis secara pribadi ikut ambil bagian dengan

share secara aktif mengenai konten-konten yang telah dibuat di E-News milik PT Eannovate Creative Technology di *social media* pribadi milik penulis.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA