



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 PRAKTIK KERJA LAPANGAN

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di PT Neo Media Solusi sebagai pekerja magang atau *intern* di bawah divisi Content Media yang dipimpin oleh senior Deka Noferma selaku pembimbing lapangan peneliti. Namun, dalam pelaksanaan *intern* penulis dapat membantu hal-hal lain yang diminta oleh *Account Executive*. Dalam pelaksanaannya, penulis berada di divisi *social media* yaitu *Client Service Social Media* yang memiliki beragam tugas seperti membuat *content plan* untuk media sosial klien di Facebook dan Instagram serta memantau berbagai komentar dan pesan di media sosial klien. Tugas yang pernah dilakukan oleh peneliti adalah membuat *content plan* RDL Indonesia, Jenia Stationery, Yamaha Musik, Binus *Online Learning*, Daihatsu Indonesia sedangkan media sosial yang penulis kelola ialah RDL Indonesia, Daihatsu Indonesia dan Astra Internasional.

Divisi *Client Service Social Media* berada di bawah naungan Content Media sehingga penulis diberikan tanggung jawab berupa tugas secara langsung oleh Content Media. Tugas yang diberikan akan diserahkan ke Content Media dalam bentuk ppt, excel atau word mengenai strategi komunikasi dalam kaitannya dengan media sosial klien. Kemudian penulis akan diberikan jangka waktu untuk revisi hingga disetujui oleh Content Media. Pada tahap akhir, Content Media akan menyerahkan hasilnya ke *Account Executive* dengan persetujuan klien.

3.2 Tugas yang dilakukan

Tugas yang dilakukan selama praktik kerja magang adalah membantu Content Media dalam memantau media sosial klien yakni dengan membalas komentar atau pesan berupa keluhan ataupun pertanyaan berkaitan dengan produk klien serta

membuat *content plan* untuk klien. Disamping itu, penulis juga membantu *Account Executive* untuk merekap serta *follow up* data pemenang maupun peserta kuis atau lomba klien.

Semua pekerjaan yang dituliskan merupakan pekerjaan yang penulis lakukan selama praktik kerja magang dari 17 Juli – 17 Oktober 2017, sesuai dengan tugas yang diberikan. Berikut ini merupakan rincian pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja magang, yaitu:

Tabel 3.1 Tabel Pekerjaan Selama Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
I	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat <i>content plan</i> Yamaha Musik -Revisi <i>content plan</i> Yamaha Musik Membuat akun gmail sebanyak 3 untuk <i>subscribe, like</i> dan <i>sharing</i> video Daihatsu Sahabatku di Youtube -<i>Follow up</i> data peserta program CSR Astra Internasional (Satu <i>Indonesia Awards 2017</i>) -Membuat <i>content plan</i> Daihatsu Indonesia, Yamaha Musik dan Binus <i>Online Learning</i> -Merapikan dokumen gmail tanggal 19-20 Juli 2017
II	<ul style="list-style-type: none"> -<i>Follow up</i> data peserta program CSR Astra Internasional (Satu <i>Indonesia Awards 2017</i>) -Membuat kalimat ajakan untuk mengikuti program CSR Astra Internasional -Membuat <i>content plan</i> Jenia Stationery
III	<ul style="list-style-type: none"> -<i>Follow up</i> data peserta program CSR Astra Internasional (Satu <i>Indonesia Awards 2017</i>) -Membuat <i>content plan</i> Jenia Stationery -Revisi <i>content plan</i> Jenia Stationery -Memantau media sosial Astra Internasional dan Daihatsu Indonesia

IV	<p>-Memantau media sosial Astra Internasional, RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia</p> <p>-<i>Follow up</i> data peserta program CSR Astra Internasional (Satu Indonesia Awards 2017)</p> <p>-<i>Report</i> Mingguan Daihatsu Indonesia di Instagram 01-08 Agustus 2017</p>
V	<p>-Memantau media sosial Astra Internasional, RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia</p> <p>-Membuat kalimat ajakan untuk mengikuti kuis Daihatsu Indonesia</p> <p>-Mengatur <i>report live</i> Instagram Daihatsu Indonesia (event GIIAS 2017)</p> <p>-Memberikan tiket kepada pemenang kuis Daihatsu Indonesia di IG dan FB</p>
VI	<p>-Memantau media sosial Astra Internasional, RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia</p>
VII	<p>-Memantau media sosial Astra Internasional, RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia</p> <p>-Posting di Instagram @neoviralism mengenai lomba Astra Internasional (Blog <i>Competition</i>)</p>
VIII	<p>-Memantau media sosial Astra Internasional, RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia</p> <p>-Merapikan dokumen data peserta Astra Internasional (<i>Astra Startup Challenge</i>)</p>
IX	<p>-Memantau media sosial Astra Internasional, RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia</p> <p>-Merapikan dokumen data peserta Astra Internasional (<i>Astra Startup Challenge</i>)</p> <p>-Membuat kalimat ajakan untuk mengikuti kuis RDL Indonesia di FB</p>

X	<ul style="list-style-type: none"> -Memantau media sosial Astra Internasional, RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia -Membuat <i>content plan</i> RDL Indonesia -Merapikan dokumen data peserta Astra Internasional (<i>Astra Startup Challenge</i>) -Merapikan dokumen data pemenang kuis RDL Indonesia
XI	<ul style="list-style-type: none"> -Memantau media sosial Astra Internasional, RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia -Merapikan dokumen data peserta Astra Internasional (<i>Astra Startup Challenge</i>) -Merapikan dokumen data pemenang kuis RDL Indonesia
XII	<ul style="list-style-type: none"> -Membantu posting di Twitter RDL Indonesia (<i>meet and greet</i> Kylie Verzosa Miss Internasional 2017) -Upload Instagram <i>Stories</i> RDL Indonesia (Perjalanan Kylie Verzosa di TMII) -Memantau media sosial Astra Internasional, RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia -Merapikan dokumen data peserta Astra Internasional (<i>Astra Startup Challenge</i>)
XIII	<ul style="list-style-type: none"> -Memantau media sosial Astra Internasional, RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia -Merapikan dokumen data peserta Astra Internasional (<i>Astra Startup Challenge</i>)
XIV	<ul style="list-style-type: none"> -Memantau media sosial Astra Internasional, RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia -Merapikan dokumen data peserta Astra Internasional (<i>Astra Startup Challenge</i>) -<i>Follow up</i> data peserta Yamaha Music (<i>Magnificent 7</i>)

Tabel 3.2 *Timeline* Aktivitas Praktik Kerja Magang

Kegiatan	Bulan Pelaksanaan Praktik Kerja													
	Juli		Agustus					September				Oktober		
	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3
Membuat <i>Content Plan</i>	Red	Red	Red								Red			
Memantau media sosial			Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
<i>Follow Up</i> data peserta	Green	Green	Green	Green										Green
Membuat kalimat ajakan		Blue			Blue				Blue					
<i>Report</i> mingguan media sosial				Purple										
<i>Report live</i>					Brown									
Posting media sosial								Brown				Brown		
Merapikan dokumen data	Black							Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black

Membagikan tiket															
---------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3.3 Uraian Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Pekerjaan yang dilakukan oleh penulis di PT Neo Media Solusi berkaitan dengan kegiatan *online* PR. Menurut (Onggo, 2004, h. 1) E-PR adalah inisiatif PR atau *Public Relation* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. Kehadiran internet saat ini tentu dimanfaatkan oleh perusahaan digital seperti PT Neo Media Solusi untuk dapat menjangkau publisitasnya sesuai dengan *target audience* yang dituju secara luas. Disamping itu, munculnya berbagai aplikasi media sosial saat ini tentu memberikan keuntungan bagi para praktisi *Public Relations*.

Sosial media mengusung kombinasi antara ruang lingkup elemen dunia maya, dalam produk-produk layanan *online* seperti blog, forum diskusi, *chat room*, e-mail, website dan juga kekuatan komunitas yang dibangun pada jejaring sosial Juj & Sulianta (2010 h. 1). Alasan media sosial jauh lebih efektif dibandingkan dengan pemasaran konvensional yang sudah telah lakukan selama 6000 tahun ialah karena dapat berkomunikasi secara dua arah (Safko, 2010, h. 5). Dengan menggunakan media sosial kita bisa menggunakan semua teknologi secara efektif untuk dapat mencapai dan terhubung dengan orang lain, menciptakan hubungan, membangun kepercayaan dan berada disuatu tempat ketika seseorang sedang terhubung untuk membeli produk kita (Safko, 2010, h. 5).

Media sosial yang aktif digunakan oleh PT Neo Media Solusi sebagai sarana *Online* PR adalah Facebook, Instagram, Youtube dan Twitter. Alasan PT Neo Media Solusi berfokus pada penggunaan media sosial ialah untuk membangun *trust* serta menciptakan hubungan agar publik bisa mengetahui produk yang ditawarkan. Berikut merupakan uraian proses pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis dari tanggal 17 Juli - 17 Oktober 2017.

3.3.1 *Online Public Relations*

Menurut Onggo (2004, h. 1-2) E-PR diartikan sebagai berikut:

- E adalah *electronic*
“e” didalam E-PR sama halnya dengan “e” sebelum kata *mail* atau *commerce* yang mengacu pada media elektronik internet. Mengingat popularitas dan multifungsi media internet, media ini memanfaatkan pula oleh para pelaku PR untuk membangun merk (*brand*) dan memelihara kepercayaan (*trust*).
- P adalah *public*
“*Public*” disini mengacu bukan hanya pada publik, namun pasar konsumen. *Public* juga tidak mengacu hanya pada satu jenis pasar konsumen, namun pada berbagai pasar atau publik audiens. Media internet bisa memudahkan kita untuk menjangkau mereka dengan lebih cepat atau sebaliknya, memudahkan mereka untuk menjangkau kita, mulai dari komunitas mikro atau *niche market* hingga hipermarket.
- R adalah *relations*
Relations merupakan hubungan yang harus dipupuk antara pasar dan bisnis. Melalui media internet hubungan yang sifatnya *one-to-one* dapat dibangun dalam waktu yang cepat karena sifat internet yang interaktif,

Fokus kegiatan *Online PR* yang dilakukan pada PT Neo Media Solusi dilakukan untuk membangun *brand* serta *trust* melalui komunikasi digital yang interaktif antara klien dengan publik. Penulis juga melaksanakan tugasnya yaitu dengan memantau serta posting media sosial dan penulisan PR pada pembuatan *Content Plan* yang juga merupakan ranah dari *Online PR*.

Menurut (Onggo, 2004, h 5-6) manfaat internet bagi praktisi PR adalah:

1. Komunikasi Konstan

Internet bagaikan satpam atau sekretaris yang tidak pernah tidur selama 24/7 (24 jam x 7 hari) dengan potensi target publik seluruh dunia.

2. Respon yang cepat

Internet memungkinkan kita untuk merespon secara cepat dan serta merta semua permasalahan dan pertanyaan dari prospek dan pelanggan.

3. Pasar Global

Internet telah menutup jurang pemisah geografis (kecuali psikologis) setelah terhubung ke dunia *online*.

4. Interaktif

Internet membuat kita dapat memperoleh *feedback* dari pelanggan atau pengunjung situs web kita.

5. Komunikasi Dua Arah

Komunikasi antara organisasi dan publik merupakan tujuan utama aktivitas E-PR karena aktivitas ini akan membantu kita membangun hubungan yang kuat dan saling bermanfaat yang tidak dapat dilakukan langsung oleh media *offline*.

6. Hemat

PR dalam dunia fisik dianggap lebih dapat mempengaruhi tanggapan dan respon pasar. Pengeluarannya pun lebih hemat dibanding pengeluaran iklan. E-PR dapat membuat organisasi menjadi lebih hemat mengingat E-PR tidak membutuhkan *stationery* dan biaya cetak. Semakin murah biaya internet akan membuat biaya E-PR semakin terjangkau.

Kehadiran internet saat ini tentu membawa peluang bagi praktisi *Public Relations* untuk dapat membangun *brand image* dimata publik melalui media sosial. Penerapan media *online* saat ini juga penulis rasakan ketika berada di PT Neo Media Solusi sebagai *intern* di divisi *Client Service Social Media*. Salah satu kemudahan yang penulis rasakan ialah dapat melayani berbagai komentar serta keluhan klien di media sosial tanpa kenal waktu. Selain itu, penulis juga dapat berinteraksi langsung dengan publik seputar jasa atau produk yang ditawarkan klien secara efektif dan efisien sehingga jika ada masukan dan saran yang didapatkan melalui *online* akan di lanjutkan dengan diskusi bersama oleh pihak tim Content Media.

Berikut ini merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama menjalani praktik kerja magang di PT Neo Media Solusi yang berkaitan dengan *Online Public Relations* adalah:

3.3.1.1 Memantau Media Sosial

Dalam hal ini penulis memantau berbagai komentar serta pesan yang ada di media sosial klien di Facebook maupun di Instagram. Penulis diberikan tanggung jawab oleh Content Media pada minggu pertama di bulan Agustus untuk memantau media sosial RDL Indonesia, Astra Internasional dan Daihatsu Indonesia. Awalnya penulis hanya diberikan tanggung jawab untuk memantau Astra Internasional dan Daihatsu Indonesia saja. Namun, karena kurangnya sumber daya manusia (SDM) untuk memantau media sosial klien, penulis diberikan tanggung jawab untuk memantau media sosial RDL Indonesia. Tahap prosedur yang dilakukan setiap hari oleh penulis ialah selalu membuka media sosial klien terlebih dahulu agar mempertahankan tingkat efisiensi waktu dalam membalas pesan maupun komentar. Selanjutnya, penulis akan membalas setiap pesan maupun komentar secara bertahap mulai dari pesan lalu ke kolom komentar. Dalam membalas setiap pesan maupun komentar, penulis dilarang untuk membalas secara singkat tanpa emoji karena hal tersebut membuat kesan menjadi tidak ramah. Tata cara dalam menjawab pun diberitahukan kepada penulis saat memantau media sosial klien seperti halnya harus membalas dengan gaya bahasa yang komunikatif, tidak kaku, informatif serta sopan. Sebelum menjawab pertanyaan tersebut, penulis akan bertanya terlebih dahulu dengan Content Media mengenai pertanyaan yang didapatkan di media sosial klien apakah jawaban tersebut benar dan relevan dengan pertanyaan yang didapatkan. Disamping itu, jika muncul beberapa pertanyaan yang diharuskan untuk memberikan informasi yang benar atas persetujuan klien biasanya Content Media akan mengkonfirmasi hal tersebut ke tim *Account Executive* untuk *follow up* lebih lanjut ke klien agar terhindar dari kesalahan dalam memberikan informasi ke publik. Namun, jika sudah terjadi kesalahan dalam memberikan informasi akan ada beberapa jawaban yang dihapus seperti dikolom

komentar atau dibiarkan saja karena memang tidak bisa dihapus seperti pesan sehingga *Account Executive* serta *Content Media* akan memberikan evaluasi untuk menindaklanjuti kesalahan yang terjadi agar tidak terulang kembali. Berikut penjabaran lebih lanjut mengenai media sosial Facebook dan Instagram klien:

A. Facebook

Penulis diberikan tanggung jawab untuk memantau berbagai komentar seperti keluhan atau pertanyaan terkait dengan produk atau jasa klien di Facebook. Beberapa klien yang penulis tangani ialah RDL Indonesia, Astra Internasional dan Daihatsu Indonesia.

1. RDL Indonesia

RDL Indonesia merupakan klien terbaru dari PT Neo Media Solusi. Penulis diberikan tanggung jawab untuk memantau komentar serta pesan yang didapat berupa pertanyaan seputar produk Sabun RDL *Papaya*, *Facial Cleanser Ekstra Papaya* dan Sabun *Kojic*. Pertanyaan yang kerap kali ditemukan biasanya adalah tentang berapa harga sabun tersebut, dimana bisa membeli produk tersebut serta bagaimana caranya membedakan produk yang asli dan palsu.

2. Astra Internasional

Astra Internasional merupakan klien yang cukup lama dari PT Neo Media Solusi. Penulis diberikan tanggung jawab untuk memantau komentar serta pesan yang didapat seputar kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh Astra Internasional. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh Astra Internasional cukup banyak. Namun, penulis biasanya mendapati pertanyaan terkait dengan program Satu Indonesia Awards 2017 dan Lomba Foto Astra serta Anugerah Pewarta Astra. Program Satu Indonesia Awards 2017 adalah kegiatan CSR yang berfokus pada pencarian kegiatan program yang sudah dilaksanakan sebelumnya dalam bidang kesehatan, teknologi, pendidikan dengan memberikan bantuan dana sebesar 60 juta rupiah sedangkan Lomba Foto Astra

dan Anugerah Pewarta Astra ditunjukkan untuk kaum muda agar dapat ikut berpartisipasi dalam foto serta membuat karya tulis yang berkaitan dengan keindahan alam kota Indonesia. Biasanya pertanyaan yang didapati adalah kapan pengumuman pemenang Satu Indonesia Awards 2017 serta bagaimana caranya untuk mendaftar di Lomba Foto Astra dan Anugerah Pewarta Astra. Apabila penulis menemukan pertanyaan yang tidak bisa dijawab maka penulis akan bertanya langsung kepada Content Media.

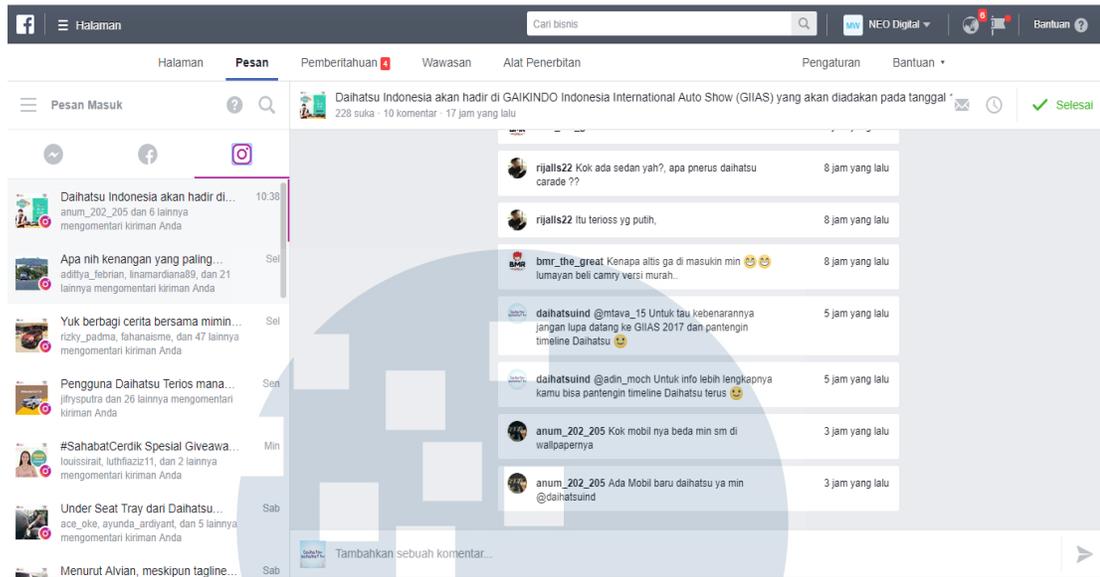
3. Daihatsu Indonesia

Daihatsu Indonesia merupakan klien pertama dari PT Neo Media Solusi. Penulis diberikan tanggung jawab untuk memantau komentar serta pesan yang didapat seputar mobil Daihatsu. Biasanya pertanyaan yang didapati berupa keluhan-keluhan dalam mesin atau fungsi mobil serta keterlambatan kedatangan mobil baru yang sudah dibeli. Untuk menanggapi keluhan-keluhan tersebut biasanya penulis akan mencari tahu terlebih dahulu mengenai informasi terkait di internet. Apabila penulis tidak menemukan informasi tersebut maka penulis akan menanyakan langsung ke bagian Content Media atau *Admin and Content Social Media*.

B. Instagram

Penulis juga diberikan tanggung jawab untuk memantau berbagai komentar seperti keluhan atau pertanyaan terkait dengan produk atau jasa klien. Adapun akun Instagram yang penulis tangani ialah RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia. Biasanya penulis hanya memantau melalui Facebook yang secara otomatis tersambung dengan Instagram sehingga penulis dapat merespon dengan cepat dari berbagai komentar di Instagram. Secara umum, pertanyaan yang didapatkan pun sama dengan akun klien di media sosial Facebook.

Gambar 3.1 Contoh Media Sosial Klien



3.3.1.2 Posting di Media Sosial

1. Instagram

a) Akun @Neoviralism

Penulis juga diberikan tugas tambahan untuk posting di @neoviralism di Instagram mengenai *blog competition* yang diadakan oleh Astra Internasional sebagai wujud CSR perusahaan. Postingan ini ditunjukkan untuk blogger-blogger muda di beberapa daerah. Penggunaan kata kunci yang relevan dengan blogger ataupun wilayah atau daerah digunakan agar publik menyadari adanya kegiatan program di postingan tersebut.

b) Akun @RDLIndonesia

Penulis membantu upload Instagram *stories* RDL Indonesia yaitu Kylie Verzosa Miss Internasional 2016 ketika syuting pembuatan batik di Taman Mini Indonesia Indah (TMII).

Gambar 3.2 Salah Satu Posting Instagram @Neoviralism

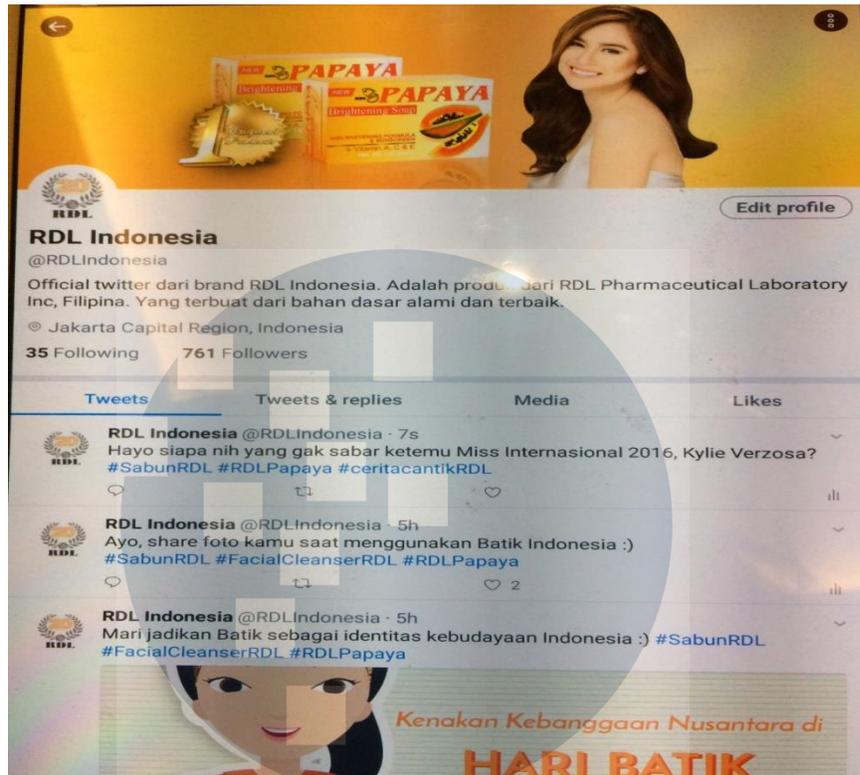


2. Twitter

Penulis juga membantu posting tweet di Twitter RDL Indonesia ketika berlangsungnya *Press Conference* kedatangan Kylie Verzosa yaitu Miss Internasional 2016 di The Westin Jakarta.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.3 Posting Twitter @RDLIndonesia



3.3.1.3 Report Media Sosial

Penulis diberikan tugas tambahan yaitu *live report* event Daihatsu GIIAS 2017 di ICE BSD untuk merekam Tompi saat bernyanyi dipanggung Daihatsu Sahabatku. Selain itu, penulis juga ditugaskan oleh *Account Executive* untuk *report* mingguan Daihatsu Indonesia untuk mengetahui berapa *reach*, *comments*, *save*, *impression* dan *engagement* di Instagram.

3.3.2 PR Writing

Public relations writing didefinisikan sebagai aktivitas menulis atau membuat produk-produk tulisan yang didesain untuk membangun dan menjaga hubungan positif dengan publik yang dapat mempengaruhi citra organisasi yang tujuannya adalah menginformasi dan mempengaruhi sikap dan perubahan perilaku publik (Kriyantono, 2008, h. 95).

Melalui media komunikasi tersebut, semua program *public relations* bisa menyebar dan dipahami publik sehingga menciptakan produk-produk tulisan seperti *newsletter*, buletin, majalah dinding (*message board*), *company profile*, *press-release*, *backgrounders*, naskah pidato, *annual report* maupun iklan korporat Kriyantono (2008, h. 94).

Gaya bahasa serta cara penulisan pada setiap masing-masing klien di PT Neo Media Solusi umumnya sama. Namun, ada beberapa karakteristik yang harus disesuaikan dengan produk atau jasa serta *target audience* yang dituju. Adapun *target audience* yang dituju dari masing-masing klien sebagai berikut:

1. RDL Indonesia

RDL Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kesehatan dan kecantikan kulit sehingga produk yang dijual berupa sabun perawatan kulit untuk wanita. Target yang dituju adalah perempuan remaja dan dewasa yang memiliki masalah kulit seperti jerawat, kering, berminyak ataupun keriput. Penggunaan media Facebook ditunjukkan untuk perempuan dewasa yang senang akan produk kecantikan sedangkan Instagram ditunjukkan untuk kaum muda yang menyukai konten visual yang senang akan produk kecantikan. Karakteristik bahasa yang digunakan biasanya komunikatif yang tidak menekankan pada penggunaan standar EYD sehingga tidak dibatasi dalam membuat kalimat serta sopan dan tidak kaku dalam kaitannya dengan kesehatan dan kecantikan.

2. Daihatsu Indonesia

Daihatsu Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang otomotif yang bisa dikatakan sebagai mobil dengan harga jual yang cukup terjangkau oleh semua masyarakat. Target yang dituju adalah laki-laki dan perempuan menengah bawah dan atas yang ingin memiliki mobil bagus dengan harga terjangkau. Penggunaan Facebook ditunjukkan untuk laki-laki dan perempuan tua yang memiliki ketertarikan akan mesin dan mobil sedangkan Instagram ditunjukkan untuk kaum muda yang memiliki ketertarikan mesin serta mobil dalam bentuk visual seperti gambar dan video. Karakteristik bahasa yang digunakan biasanya komunikatif yang tidak menekankan pada penggunaan standar EYD. Namun, kalimat yang digunakan dibatasi agar tidak terlalu penuh karena akan membuat publik bosan serta bahasa yang digunakan sopan dan tidak kaku dalam kaitannya dengan mobil.

3. Yamaha Musik

Yamaha Musik merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan alat musik seperti piano, gitar, bass, saxophone dan drum. Target yang dituju adalah laki-laki dan perempuan yang menyukai musik serta ingin belajar musik maupun yang sudah mahir bermain musik. Penggunaan Facebook ditunjukkan kepada laki-laki dewasa yang memiliki jiwa dalam musik serta mengerti permainan alat musik sedangkan Instagram ditunjukkan untuk anak muda berjiwa musik yang memiliki ketertarikan dalam musik dalam bentuk visual. Karakteristik bahasa yang digunakan biasanya komunikatif yang tidak menekankan pada penggunaan standar EYD serta sopan dan tidak kaku dalam kaitannya dengan alat musik maupun musik.

4. Binus *Online Learning*

Binus Online Learning merupakan salah satu universitas swasta yang sudah ada di beberapa tempat. Target yang dituju ialah laki-laki dan perempuan muda yang ingin mencari referensi kuliah. Penggunaan Facebook dan Instagram umumnya

sama yakni ditunjukkan untuk laki-laki dan perempuan muda yang sedang ingin kuliah di universitas swasta. Karakteristik bahasa yang digunakan biasanya komunikatif namun masih dalam standar penggunaan EYD serta sopan dan tidak kaku dalam kaitannya dengan pendidikan.

5. Jenia Stationery

Jenia Stationery adalah perusahaan yang bergerak dibidang peralatan kebutuhan kantor dan kuliah. Target yang dituju ialah laki-laki dan perempuan yang sedang kuliah dan sudah bekerja di kantor. Penggunaan Facebook ditunjukkan untuk laki-laki dan perempuan dewasa yang sedang mencari kebutuhan peralatan kantor sedangkan Instagram ditunjukkan untuk kaum muda mandiri dan *trendy* yang ingin mencari peralatan kantor atau kuliah. Karakteristik bahasa yang digunakan biasanya komunikatif yang tidak menekankan pada penggunaan standar EYD. Namun, kalimat yang digunakan dibatasi agar tidak terlalu penuh karena akan membuat publik bosan serta bahasa yang digunakan sopan dan tidak kaku dalam kaitannya dengan alat kerja.

Berikut ini merupakan pekerjaan yang di lakukan oleh penulis selama menjalani praktik kerja magang di PT Neo Media Solusi yang berkaitan dengan *Public Relations Writing* adalah:

3.3.2.1 Content Plan

Penulis menggunakan gaya bahasa serta penulisan yang berbeda-beda dalam membuat *content plan* yang ditunjukkan untuk publik. Penulisan yang digunakan umumnya ringan serta tidak kaku yang biasa digunakan dalam sehari-hari agar bisa mendekati para pembaca. Penulisan yang dilakukan selama praktik kerja magang dilakukan secara lebih praktis dan tidak melalui proses penulisan yang panjang karena penulis sudah diberikan contoh cara membuat *content plan*. Penulis diberikan tanggung

jawab oleh Content Media untuk membuat *content plan* di minggu ketiga bulan Juli. Biasanya, penulis akan diberikan deadline maksimal 3-7 hari untuk menyelesaikan *content plan* tergantung dengan permintaan Content Media. Selanjutnya, proses perbaikan diberikan oleh Content Media melalui *Account Executive* kepada pihak klien yang diberikan deadline revisi sekitar 1-2 hari. Berikut penjabaran karakteristik *content plan* dari masing-masing klien selama melakukan praktik kerja magang adalah:

a. Daihatsu Indonesia

Menggunakan kata sapaan seperti “Hai Sahabat” agar lebih erat hubungannya dengan publik. Konten yang dibuat berupa promo-promo produk Daihatsu serta testimonial dari beberapa *review* dari Youtube mengenai mobil Daihatsu. Konten yang dibuat penulis disesuaikan dengan ketentuan format *content plan* yang sudah ada yakni dengan membuat 3 konten dalam sehari selama seminggu dengan jam *upload* yang berbeda-beda. Namun, hal tersebut biasanya disesuaikan dengan permintaan dari Content Media kepada penulis. Untuk *upload* jadwal konten dimedia sosial biasanya adalah pagi, sore dan malam. Untuk batasan-batasan yang berlaku dalam membuat *content plan* Daihatsu Indonesia ialah tidak diperkenankan untuk membahas produk atau jasa kompetitor melainkan hanya produk mobil Daihatsu saja serta tidak membuat kalimat terlalu panjang karena publik akan merasa bosan.

b. Jenia Stationery

Menggunakan gaya bahasa yang komunikatif agar dapat diterima oleh semua golongan serta tidak kaku agar mendekatkan para pembaca. Konten yang dibuat cenderung menawarkan produk-produk yang berhubungan dengan keperluan kantor. Konten yang dibuat penulis disesuaikan dengan ketentuan format *content plan* yang sudah ada yakni dengan membuat 2 konten dalam sehari selama seminggu dengan jam *upload* yang berbeda-beda. Namun, hal tersebut biasanya disesuaikan dengan permintaan dari Content Media kepada penulis. Untuk *upload* jadwal konten dimedia sosial biasanya adalah pagi atau siang dan

malam. Untuk batasan-batasan yang berlaku dalam membuat *content plan* Jenia Stationery ialah mengutamakan kalimat yang efektif serta tidak berputar-putar yang didalam konten tersebut berisikan unsur promosi produk alat kerja dari Jenia Stationery.

c. Yamaha Musik

Menggunakan gaya bahasa yang komunikatif agar dapat diterima oleh semua golongan serta tidak kaku agar mendekatkan para pembaca. Konten yang dibuat berupa promo-promo seperti penawaran kelas musik dengan tambahan diskon serta tips dan *quotes* terkait dengan alat musik. Selain itu, konten yang dibuat juga menampilkan cuplikan *review* dari pianis atau gitaris Yamaha mengenai bagaimana merawat serta bermain alat musik. Disamping itu, konten yang dibuat juga berisikan ajakan kuis ataupun event. Konten yang dibuat penulis disesuaikan dengan ketentuan format *content plan* yang sudah ada yakni dengan membuat 3 konten dalam sehari selama seminggu dengan jam *upload* yang berbeda-beda. Namun, hal tersebut biasanya disesuaikan dengan permintaan dari Content Media kepada penulis. Untuk *upload* jadwal konten dimedia sosial biasanya adalah pagi, sore dan malam. Untuk batasan-batasan yang berlaku dalam membuat *content plan* Yamaha Musik ialah tidak diperkenankan untuk membahas produk kompetitor melainkan hanya produk atau jasa Yamaha Musik saja serta tidak membahas konten diluar bidang perusahaan yang dituju.

d. RDL Indonesia

Menggunakan gaya bahasa yang komunikatif agar dapat diterima oleh semua golongan serta tidak kaku agar mendekatkan para pembaca. Konten yang dibuat berupa tips kesehatan kulit atau juga bersifat menginformasikan adanya produk baru. Selain itu, konten yang dibuat juga berisikan ajakan kuis maupun event. Konten yang dibuat penulis disesuaikan dengan ketentuan format *content plan* yang sudah ada yakni dengan membuat 3 konten sehari selama seminggu

dengan jam *upload* yang berbeda-beda. Namun, hal tersebut biasanya disesuaikan dengan permintaan dari Content Media kepada penulis. Untuk *upload* jadwal konten dimedia sosial biasanya adalah pagi, sore dan malam. Untuk batasan-batasan yang berlaku dalam membuat *content plan* RDL Indonesia ialah tidak diperkenankan untuk membahas produk atau jasa kompetitor melainkan hanya produk Sabun RDL Indonesia saja serta selalu menggunakan *hashtag* dengan konten yang dibuat. Untuk batasan-batasan yang berlaku dalam membuat *content plan* RDL Indonesia ialah tidak diperkenankan untuk membahas produk kompetitor melainkan hanya produk RDL saja serta tidak membahas konten diluar bidang perusahaan yang dituju.

e. *Binus Online Learning*

Menggunakan gaya bahasa yang komunikatif agar dapat diterima oleh semua golongan serta tidak kaku agar mendekatkan para pembaca. Konten yang dibuat bersifat menginformasikan kegiatan dan pelaksanaan program yang dijalankan seperti pembukaan mahasiswa baru ataupun kegiatan seminar. Selain itu, adanya *quotes* serta kuis secara berkala. Konten yang dibuat penulis disesuaikan dengan ketentuan format *content plan* yang sudah ada yakni dengan membuat 3 konten sehari selama seminggu dengan jam *upload* yang berbeda-beda. Namun, hal tersebut biasanya disesuaikan dengan permintaan dari Content Media kepada penulis. Untuk *upload* jadwal konten dimedia sosial biasanya adalah pagi, sore dan malam. Untuk batasan-batasan yang berlaku dalam membuat *content plan* *Binus Online Learning* ialah tidak diperkenankan untuk membahas jasa kompetitor melainkan hanya jasa *Binus Online Learning* saja serta tidak membahas konten diluar bidang perusahaan yang dituju.

Tabel 3.3 Contoh *Content Plan* Klien

CONTENT PLAN-RDL INDONESIA			
23-24 September 2017			
Date	Time	Konten	Gambar

<p>23 September 2017</p>	<p>09:00</p>	<p>Kebiasaan meminum menggunakan sedotan bisa menyebabkan keriput disekitar bibir lho karena saat minum kita mengerutkan bibir kita.</p> <p>Nah, jadi jangan dibiasakan lagi yang guys. Dengan kandungan alami yang terdapat di Sabun RDL Papaya membuat kulitmu cerah dan kencang setiap hari :) #RDLPapaya #SabunRDL</p>	
	<p>15:00</p>	<p>Ayo rutin mengganti seprai kasur kamu karena jika tidak kotoran seperti minyak diwajah dan keringat yang berasal dari kulit kita akan menempel diseprei yang menyebabkan kulit berjerawat dan kusam. Sabun RDL Papaya akan senantiasa menjaga kulit kamu agar bebas dari jerawat dan kusam :) #SabunRDL #RDLPapaya</p>	
	<p>17:00</p>	<p>-</p>	

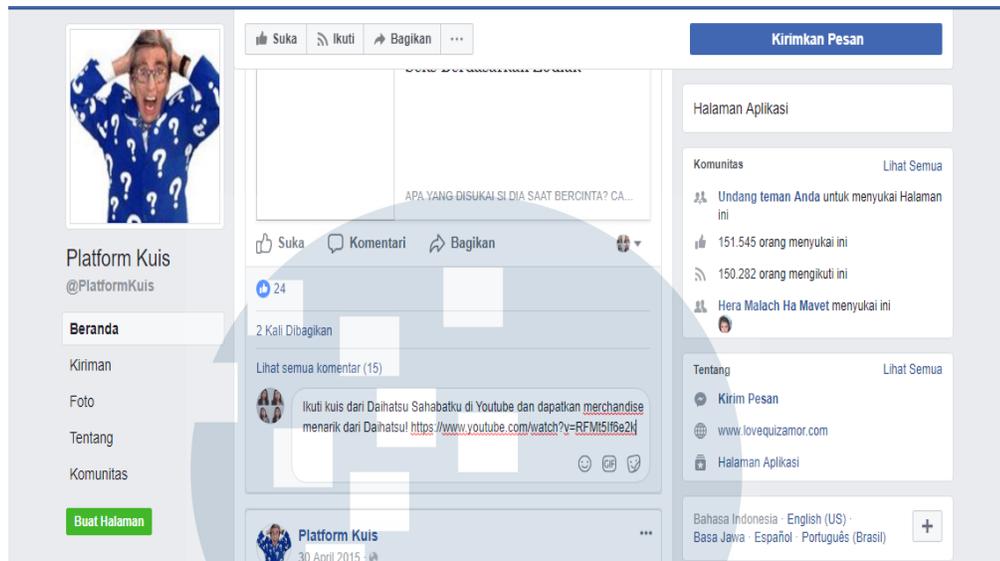
<p>24 September 2017</p>	<p>09:00</p>	<p>Flek diwajah memang mengganggu penampilan seseorang, sayuran kaya akan serotonin seperti brokoli, bayam dan buncis sangat efektif untuk memudahkan flek hitam diwajah. Vitamin dan mineral yang ada pada Sabun RDL Papaya dapat mencerahkan dan menjaga kekenyalan kulit kamu :) #SabunRDL #RDLPapaya</p>	
	<p>15:00</p>	<p>Yuk simak, masker alami yang terbuat dari buah ini sangat ampuh untuk menghilangkan jerawat yang sensitif. Apa aja sih? #RDLPapaya #SabunRDL</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pepaya: cukup ambil buah yang sudah matang lalu diblender dan dioleskan ke wajah dan tunggu selama 15 menit 2. Lemon dan kulit jeruk: Bender kulit jeruk dan lemon menjadi satu dan oleskan ke wajah dan tunggu 15 menit 3. Timun: Blender timun dan oleskan kewajah tunggu hingga 15menit 

	17:00	-	

3.3.2.2 Membuat kalimat ajakan

Penulis membuat kalimat ajakan untuk di sebarakan melalui media sosial Facebook agar publik dapat mengikuti kuis yang diadakan RDL Indonesia dan Daihatsu Indonesia. Penulis biasanya akan memberikan komentar di beberapa postingan di halaman seperti “Kuis Hunter” agar dapat dibaca oleh publik.

Gambar 3.4 Contoh Kalimat Ajakan di Kuis Hunter



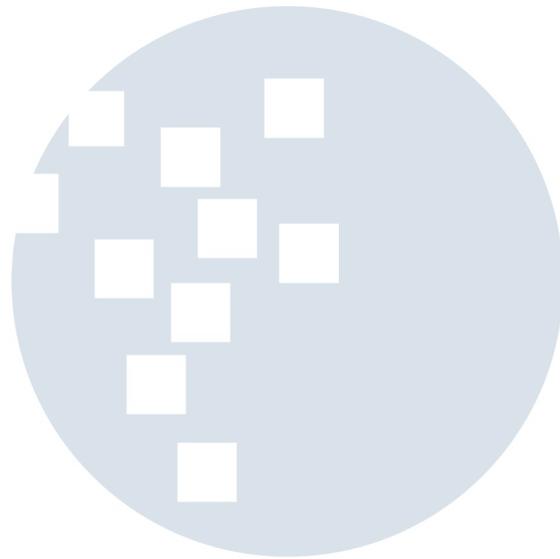
3.4 Kendala yang ditemukan

Kendala yang penulis temukan selama praktik kerja magang adalah kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) tetap dalam divisi *Social Media* sehingga membawa hambatan dalam pelaksanaan kerjanya. Selain itu, sering munculnya kesalahpahaman interpretasi antara *Account Executive* dengan tim media sosial perihal pertanyaan-pertanyaan yang didapat di media sosial klien. Lalu, untuk penerapan prosedur hingga pada saat ini masih belum terlaksana sehingga membuat penulis kesulitan dalam menjalankan tugasnya.

3.4 Solusi

Solusi dari penulis untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah dengan menambah Sumber Daya Manusia di divisi *Social Media* sehingga pekerjaan dapat ditangani dengan baik secara terstruktur dan terorganisasi. Selain itu, disarankan untuk

melakukan *meeting* dan *briefing* secara berkala dengan klien yang dilanjutkan dengan tim media sosial agar dapat meminimalisir kesalahpahaman yang sering terjadi. Penerapan prosedur seperti SOP (Standar Operasional Prosedur) merupakan hal yang penting karena pada saat ini komunikasi bergantung pada aspek teknologi sehingga hal tersebut digunakan sebagai pegangan untuk menjalankan tugas yang dilakukan.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA