



### **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**

Penulis ditempatkan sebagai *Marketing Communication Intern* dalam divisi *Marketing Communication* PT Indonusa Telemedia di bawah bimbingan Alexander Pasaribu selaku *Head of Marketing Communication*.

Penulis mendapat kesempatan untuk mengikuti semua kegiatan komunikasi pemasaran. Sehingga penulis mendapatkan kesempatan untuk berhubungan secara langsung dengan rekan kerja dalam satu divisi *Marketing Communication*. Penulis juga bisa langsung mempelajari bagaimana cara yang baik ketika melakukan kegiatan komunikasi pemasaran.

Penulis mendapatkan bimbingan langsung dari *Head of Marketing Communication* yang disebut juga sebagai mentor. *Head of Marketing Communication* yang akan memberikan tugas untuk dilakukan oleh penulis. Pada hari pertama bekerja, penulis diperkenalkan kepada seluruh staff yang bekerja di Transvision diharapkan agar dapat bekerjasama serta berkoordinasi dengan sesama rekan kerja yang ada terutama pada divisi *Marketing Communication*. Kemudian penulis membuat absensi dan laporan pekerjaan secara mingguan yang akan ditandatangani *Head of Marketing Communication* selaku mentor penulis

#### **3.2 Tugas yang dilakukan**

Selama praktik kerja magang dilakukan, penulis diberikan arahan oleh pembimbing lapangan, Alexander Pasaribu selaku *Head of Marketing Communications*.

Pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama magang adalah melakukan kegiatan *Marketing Communication* di dalam media sosial, seperti pembuatan konten, “*spying*” media sosial kompetitor, dan *media monitoring website*.

Menurut Chris Brogan (Brogan, 2010:h.11) dalam bukunya yang berjudul *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online* mendefinisikan *Social media* bahwa sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa.

Tabel 3.1 Tabel Pekerjaan Selama Praktik Magang

<b>Minggu Ke -</b>	<b>Jenis pekerjaan yang dilakukan Mahasiswa</b>
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing mengenai media sosial Transvision</li> <li>- <i>Spying</i> media sosial kompetitor dari Transvision</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan konten <i>schedule blast</i> untuk <i>Twitter</i> Transvision.</li> <li>- <i>Spying</i> media sosial kompetitor Transvision</li> <li>- <i>Brand Training</i> dari <i>Waku – Waku Japan</i>.</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan konten <i>schedule blast</i> untuk <i>Twitter</i> Transvision.</li> <li>- <i>Brand Training</i> dari <i>Disney Channel</i>.</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring website</i>.</li> <li>- Pembuatan konten <i>schedule blast</i> untuk <i>Twitter</i> Transvision.</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring website</i>.</li> <li>- Pembuatan konten <i>schedule blast</i> untuk <i>Twitter</i> Transvision.</li> </ul>

6	- <i>Media monitoring</i> artikel mengenai Transvision - Pembuatan konten <i>schedule blast</i> untuk <i>Twitter</i> Transvision.
7	- <i>Media monitoring</i> artikel mengenai Transvision - Pembuatan konten <i>schedule blast</i> untuk <i>Twitter</i> Transvision.
8	- <i>Media monitoring</i> artikel mengenai Transvision - Pembuatan konten <i>schedule blast</i> untuk <i>Twitter</i> Transvision.
9	- <i>Media monitoring</i> artikel mengenai Transvision - Pembuatan konten <i>schedule blast</i> untuk <i>Twitter</i> Transvision.
10	- Pembuatan konten <i>schedule blast</i> untuk <i>Twitter</i> Transvision.

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 *Content Making*

Menurut Dailey (Dailey, 2009:h. 3) media sosial adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Konten media sosial yang mudah di akses membuat remaja saat ini dapat berbagi konten melalui foto, artikel dan video.

Transvision aktif membuat konten – konten dalam salah satu media sosial mereka, yaitu *Twitter*. Penulis membantu membuat konten media sosial *Twitter* Transvision dalam berupa *schedule blast* untuk menginformasikan jam tayang program *channel – channel* tertentu yang ditayangkan dan *greetings* untuk menyapa serta menarik *followers* untuk menyaksikan tayangan yang ada di Transvision. Tahap - tahap pembuatan konten *schedule blast Twitter* yang dilakukan penulis adalah, pertama, penulis memilah acara

yang cocok untuk hari dan jam tertentu. Kedua, penulis membuat konten di *Microsoft Excel* yang berisi informasi tayangan channel seperti, jam tayang, nomor, serta sinopsis tayangan channel tersebut. Langkah terakhir, hasil konten yang telah dibuat untuk satu hari tersebut diberikan kepada Eko Repiadi selaku *Brand Communication Officer* yang memegang seluruh aktivitas media sosial Transvision untuk dilakukan *editing content* dan *posting* di *Twitter* Transvision. Hal yang sama juga dilakukan penulis untuk membuat konten *greetings*. Untuk konten *greetings*, penulis harus menyesuaikan konten *greetings* dengan tema yang *fun* agar tidak terlalu kaku. Konten *greetings* juga disertakan kalimat ajakan agar *followers Twitter* menonton tayangan *channel – channel* di Transvision.

### 3.3.2 *Spying Competitor*

William dalam bukunya (William, 2010: h. 3) yakni untuk menemukan informasi tentang pesaing dan isu – isu spesifik yang relevan kepada organisasi, untuk lebih memperluas strategi kinerja terhadap terhadap pesaing, untuk reputasi perusahaan atau merek, untuk lebih memahami kekuatan dan kelemahan dari komunikasi perusahaan, untuk mengidentifikasi peluang bisnis baru, dan keperluan lainnya.

Penulis harus melakukan pemantauan aktivitas media sosial yang dimiliki oleh para *competitor*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui perbandingan dan tolak ukur *performance* dalam mengembangkan bisnis serta mengetahui hubungan atau relasi dari komunikasi yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggannya di media sosial. Selain itu, kegiatan ini dapat menjadikan bahan referensi agar membantu mengembangkan konten media sosial Transvision untuk kedepannya. Contoh *competitor* dari perusahaan sejenis Transvision yang penulis pantau adalah Indovision. Setelah melakukan *spying competitor* ini, hasil riset dipresentasikan oleh penulis dalam rapat divisi *Marketing Communication* pada akhir minggu.

### 3.3.3 *Media Monitoring Website*

Penjelasan mengenai pemantauan media atau *media monitoring* oleh William (William, 2010:h. 3) adalah proses membaca, menonton atau mendengarkan dengan isi editorial sumber media, dan kemudian, mengidentifikasi, menyimpan dan menganalisis konten yang berisi kata-kata kunci tertentu atau topik.

Penulis melakukan *media monitoring website* bertujuan untuk mengetahui *website – website* “liar” mengatasnamakan Transvision yang bukan merupakan *official website* dari Transvision langsung. Hasil pencarian *website – website* ini akan didata sesuai dengan alamat situs, *contact info*, serta analisis isi konten dari hasil penemuan *website* tersebut. Setelah selesai didata dan analisis, penulis memberikan hasil *media monitoring website* tersebut kepada Eireen Putri selaku *Public Relations Officer* Transvision.

## 3.4 **Kendala yang Ditemukan**

Selama menjalankan program kerja magang di Transvision, penulis mengalami beberapa kendala sebagai berikut:

Pemblokiran beberapa situs media sosial dalam internet kantor untuk praktik kerja magang sehingga menghambat pekerjaan penulis untuk melakukan *media monitoring*. Salah satu contoh situs yang diblokir adalah *Facebook*. Sehingga tidak bisa memaksimalkan sosial media lainnya.

Kurangnya jumlah staf untuk menjalankan masing – masing tugas dalam divisi *Marketing Communication*. Banyak pekerjaan yang dilakukan perorangan sehingga menjadi kurang efektif dalam mendukung tercapainya hasil pekerjaan yang baik.

### 3.5 Solusi atas kendala yang ditemukan

Untuk solusi dari pemblokiran beberapa situs media sosial, penulis melakukan koordinasi dengan pembimbing lapangan terkait situs ini. Yaitu penulis hanya berfokus dengan sosial media Twitter, sedangkan lainnya ditangani oleh staf yang berwenang untuk mengelola media sosial Transvision.

Untuk solusi dari kurangnya staf, solusi yang dilakukan adalah dengan memberikan pemahaman materi yang mendalam kepada seluruh staf divisi *Marketing Communication*. Hal ini dilakukan dengan seringnya dilakukan rapat bersama untuk melakukan *brainstorming*. Hal ini membuat tiap staf dapat bekerja dengan maksimal sehingga membuat staf lainnya bekerja dengan maksimal pula.

