



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

Praktik kerja magang dilakukan di PT Berkah Pangan Nusantara yang berfokus pada produk beras organik yaitu Bestarice. Posisi yang ditempati selama praktik kerja magang adalah *Online Public Relation* sesuai dengan program studi mahasiswa yaitu *Public Relations*, dan dibimbing oleh Timothy Gerard Zoshel Kurniawan selaku *Sales Marketing Manager* dan Bapak Adi Permadi selaku *General Manager*.

Dalam praktik kerja magang yang dilakukan selama 3 bulan dan perusahaan telah mengajarkan berbagai ilmu mengenai *Online Public Relations* yang dianut oleh perusahaan. Kegiatan *online public relations* yang dilakukan adalah mengelola sosial media khususnya Facebook dan Instagram, membuat desain publikasi (promosi, *event*, dan lainnya), mengobservasi di lapangan (*supermarket*), mengikuti *internal meeting* ataupun *event* yang dilakukan perusahaan.

Setiap tugas yang diberikan dalam praktik kerja magang ini selalu mendapatkan bimbingan atau arahan terlebih dahulu oleh pembimbing, sehingga tidak semua kegiatan atau tugas yang dilakukan penulis tidak selalu didampingi pembimbing. Dalam melaksanakan tugas *Online Public Relations* di PT Berkah Pangan Nusantara, penulis melakukannya secara mandiri sehingga melatih penulis untuk mandiri, bertanggung jawab, kreatif, dan berani bertindak ketika sedang melakukan tugas di perusahaan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas utama yang dilakukan penulis adalah bekerja sama dengan Manajer *Public Relations* dan *Marketing Communications* yang berkaitan dengan *Online Public Relations*, perencanaan dan pelaksanaan *event marketing*. Pembimbing selalu

memberikan arahan dan mengajarkan pekerjaan yang mereka lakukan sehingga menambah wawasan dan keterampilan penulis dalam bidang tersebut.

Berikut adalah tugas-tugas yang telah dilakukan selama bekerja dibawah bimbingan Manajer Public Relations di PT Berkah Pangan Nusantara.

Tabel 3.2. Realisasi Kerja Magang

NO	KETAGORI	AKTIVITAS
1.	<i>Digital Content</i>	a. Mengelola isi konten di Instagram (@bestarice) dan Facebook (bestarice) sesuai timetable.
		b. Berinteraksi dan menjawab pertanyaan yang diberikan melalui Instagram dan Facebook.
2.	<i>Digital Promotion</i>	a. Menyebarkan desain publikasi yang berisi info promosi di instagram dan facebook.
3.	<i>Special Event</i>	a. Event sampling yang dilakukan di <i>supermarket</i> (retail)
		b. Mengunjungi Grand Opening salah satu <i>supermarket</i> (retail) yang bekerja sama dengan PT Berkah Pangan Nusantara
4.	Observasi Lapangan	a. Kunjungan ke supermarket

5.	Desain Publikasi	a. <i>Photoshoot</i> dan <i>Videoshoot</i> produk bestarice sesuai <i>timetable</i>
		b. Membuat desain publikasi untuk sosial media (Facebook dan Instagram)
6.	Laporan <i>Timetable</i>	a. Membuat <i>timetable</i> kegiatan selama 1 bulan kedepan (setiap bulan)
7.	Pengenalan Produk	a. Pengenalan produk bestarice secara detail (keunggulan, jenis, harga)
		b. Pengenalan perusahaan (Visi, misi, struktur organisasi, sejarah)

Tabel 3.2. Matriks Kerja Magang

NO.	DESKRIPSI PEKERJAAN	JUL		AGUST				SEPT				OKT	
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1.	Digital Content												
2.	Digital Promotions												
3.	Special Event												
4.	Observasi Lapangan												
5.	Desain Publikasi												
6.	Laporan Timetable												
7.	Pengenalan Produk												

3.3 Pembahasan

3.3.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1.1 *Digital Content*

Digital Content merupakan kegiatan perusahaan yang berfokus untuk mengelola berbagai isi di sosial media atau website, berinteraksi dan juga menjawab pertanyaan seputar produk Bestarice.

Saat ini sosial media merupakan salah satu hal yang sangat penting di dalam perusahaan khususnya dalam menjaga hubungan dan komunikasi antara perusahaan dengan publik ataupun sebaliknya. Menurut Shiv Singh, sosial media merupakan konten yang mengacu pada apa yang diciptakan dan dikonsumsi oleh orang-orang, dimana didalamnya terdapat komentar, percakapan, dan *photo-sharing*, sehingga setiap orang dapat mempublikasikannya melalui media ini (Singh, 2010:8). Dengan sosial media perusahaan dapat membuat saluran komunikasi yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan *customer*.

Kegiatan *digital content* yang sudah dilakukan selama praktik kerja magang khususnya dalam mengelola sosial media adalah membalas pertanyaan serta memberikan informasi kepada publik mengenai produk yang dimiliki PT Berkah Pangan Nusantara, serta memberikan foto dan video sebagai penunjang informasi.

Sosial media ditangani selama melaksanakan praktik kerja magang adalah Instagram dan Facebook, dimana kedua sosial media ini tentu memiliki penanganan yang berbeda-beda. Facebook merupakan salah satu sosial media yang sudah ada sejak Februari 2004 dan masih banyak peminatnya hingga saat ini. Facebook memiliki perbedaan yang cukup jelas misalkan saja seperti jumlah tulisan yang cukup banyak dibandingkan dengan sosial media lainnya, serta Facebook juga sudah bisa meletakkan foto, *link*, *video* yang cocok sekali untuk menceritakan suatu hal (produk) lebih lengkap atau *detail*, ditambah lagi dengan

dibuatnya salah satu aplikasi *live* di Facebook, dimana pengguna dapat membagikan *live video* dan berinteraksi dengan para teman di Facebook secara langsung.

Instagram merupakan salah satu sosial media yang berdiri pada tahun 2010, 6 tahun setelah Facebook. Dapat dilihat bahwa Instagram merupakan sosial media yang lebih berfokus pada foto dan *video*, dimana tulisan tidak terlalu cukup yaitu hanya satu sampai dua kalimat saja, karena para pemakai Instagram lebih menyukai informasi yang berupa visual, karena awalnya Instagram hanya dibuat sebagai aplikasi berbagi foto.

Selain memahami penggunaan sosial media, mencari contoh desain publikasi yang menarik juga diperlukan karena dapat dijadikan referensi. Membuat desain publikasi bukanlah hal yang mudah melainkan sulit, karena setiap desain publikasi harus disesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan ke publik. Selain itu mencari referensi kata-kata juga sangat dibutuhkan, karena terkadang berinteraksi dengan publik bukanlah hal yang mudah melainkan perlu memiliki keterampilan dan kemampuan untuk membalas dengan kata-kata yang pantas dan baik sehingga publik dapat memahami dan memiliki pikiran yang sama dengan perusahaan, dan hal ini juga dapat mengurangi adanya kesalahpahaman antara publik dengan perusahaan. Mencari referensi artikel-artikel yang berkaitan dengan produk misalkan saja mengenai artikel kesehatan, makanan dan lainnya yang nantinya dapat menjadi bahan untuk menarik perhatian publik sehingga nantinya mereka akan mengunjungi sosial media perusahaan.

Setiap pekerjaan yang dilakukan di PT Berkah Pangan Nusantara selama melakukan dan melaksanakan praktik kerja magang pastinya akan melakukan diskusi terlebih dahulu dengan pembimbing di perusahaan. Ketika hasil diskusi dinyatakan pantas atau sudah diterima, maka akan segera dikerjakan tugasnya dan diselesaikan sampai deadline yang sudah ditentukan.

3.3.1.2 Digital Promotion

Digital promotion merupakan salah satu kegiatan di dalam perusahaan yang berfokus untuk mempromosikan sebuah merek yang menggunakan media digital misalkan saja dalam perusahaan PT Berkah Pangan Nusantara yang menggunakan sosial media (Instagram dan Facebook) sebagai medianya yang diharapkan dapat menjangkau publik tanpa ada batasan waktu dan ruang. Desain publikasi sebagai penunjang dalam mempromosikan sebuah merek agar nantinya dapat lebih menarik. *Digital promotion* akan dilakukan oleh perusahaan, jika perusahaan sedang mengadakan promosi-promosi atau diskon pada produknya.

3.3.1.3 Special Event

Special Event merupakan kegiatan atau aktivitas khusus yang sudah direncanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Pada perusahaan PT Berkah Pangan Nusantara seringkali mengikuti *special event* baik yang dilakukan perusahaan ataupun *special event* yang diundang oleh rekan kerja. Misalkan saja seperti *event sampling* yang seringkali dilakukan perusahaan yang biasanya dilakukan di beberapa *supermarket* yang bekerjasama dengan PT Berkah Pangan Nusantara. *Event sampling* ini biasanya dilakukan setiap beberapa minggu sekali sebagai pengenalan produk kepada publik agar publik diharapkan menjadi *aware* dengan produk Bestarice. Dalam *Event Sampling* yang dilakukan oleh perusahaan juga termasuk dalam kegiatan *direct sale*, karena pada saat *sampling* juga melakukan pemasaran produk perusahaan kepada konsumen. *Event sampling* yang dilakukan perusahaan telah mengajarkan banyak ilmu misalkan saja dalam membuat sebuah *event* memiliki prosedur yang rumit, seperti PT Berkah Pangan Nusantara yang seringkali melakukan *event* di berbagai *supermarket* dan setiap *supermarket* pasti memiliki berbagai penanganan yang berbeda-beda. Mengambil foto dan *video* juga perlu dilakukan ketika sedang menghadiri *special event* dari rekan perusahaan, dan secara tidak langsung sedang menjalin hubungan yang baik dengan rekan-rekan perusahaan.

3.3.1.4 Observasi Lapangan (*Supermarket*)

Dalam melaksanakan praktik kerja magang bukan hanya bekerja di dalam perusahaan melainkan observasi lapangan seringkali dilakukan. Misalkan saja ketika ada *special event* yang dilakukan perusahaan atau diundang oleh perusahaan lain yang menuntut perusahaan untuk bekerja diluar perusahaan, dan ketika special event berjalan akan diiringi dengan pengambilan foto dan video sebagai arsip perusahaan yang nantinya juga dapat dijadikan sebagai penunjang untuk mengisi konten sosial media. Selain mengikuti *special event*, mengunjungi *supermarket* yang bekerjasama dengan perusahaan juga seringkali dilakukan, misalkan saja melihat bagaimana melakukan lobi dan negosiasi dengan pihak *supermarket* dan setiap supermarket memiliki cara yang berbeda-beda, lalu mempelajari bagaimana mengelola produk di *retail (supermarket)* dan ini merupakan ilmu yang baru dan bermanfaat.

3.3.1.5 Desain Publikasi

Desain publikasi merupakan kegiatan desain yang merupakan salah satu komponen yang penting baik itu dalam kegiatan pemasaran ataupun promosi suatu produk ataupun *event*. Desain publikasi yang dilakukan di PT Berkah Pangan Nusantara khususnya dalam membuat desain publikasi produk Bestarice adalah berupa brosur yang nantinya akan disebarakan kepada eksternal *stakeholders* melalui sosial media. Desain publikasi akan dilakukan jika perusahaan memiliki informasi penting yang ingin disampaikan kepada publik. Misalkan saja seperti desain publikasi yang berisi promosi, hari raya/hari besar, dan lainnya. Setiap desain publikasi yang dibuat akan selalu didiskusikan terlebih dahulu oleh pembimbing dan jika disetujui maka desain publikasi layak untuk diposting di sosial media.

3.3.1.6 Laporan *Timetable*

Timetable merupakan kegiatan membuat perencanaan yang akan dilakukan setiap bulannya, misalkan saja seperti perencanaan mengenai ide untuk konten sosial media. Perencanaan-perencanaan yang dibuat pastinya berhubungan

dengan *Online PR* yang merupakan mata kuliah yang menjadi panduan praktik kerja magang. Setelah timetable dibuat, maka tahap selanjutnya akan diuji dengan cara dipresentasi pada saat *internal meeting*.

3.3.1.7 Pengenalan Produk

Pengenalan produk merupakan salah satu kegiatan yang penting untuk dilakukan, karena membantu para karyawan baru untuk mengenal produk yang dimiliki perusahaan. Pengenalan produk ini juga merupakan kegiatan pelatihan yang diberikan oleh perusahaan kepada seluruh karyawan baru. Pengenalan produk ini biasanya dilakukan ketika pertama kali masuk ke dalam perusahaan. Dalam pengenalan produk ini, PT Berkah Pangan Nusantara menjelaskan mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, macam-macam produk, keunggulan produk, store location, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan perusahaan.

Selain pengenalan produk, pengenalan karyawan di perusahaan juga dilakukan baik itu dari karyawan yang biasa saja hingga karyawan yang sudah memiliki jabatan tinggi di perusahaan. Pengenalan karyawan ini juga diharapkan dapat membangun relasi antara karyawan satu dengan yang lain.

3.3.2 Kendala yang Dihadapi

Selama Praktik kerja magang yang dilakukan selama 3 bulan lebih, kendala yang dihadapi masih bisa diselesaikan dengan baik. Kendala yang seringkali dihadapi adalah ketika ingin menjawab atau merespon komentar ataupun pertanyaan dari publik lewat sosial media, karena dalam menjawab atau merespon publik di sosial media membawa dan mewakili nama perusahaan. Keterampilan dalam mengolah kata-kata yang baik dan sopan sangat dibutuhkan karena dapat membantu mengurangi kesalahpahaman melainkan mengeratkan hubungan antara publik dan perusahaan.

Selain itu, kendala yang biasanya dihadapi adalah ketika mencari ide untuk mengisi konten sosial media seperti Facebook dan Instagram. Konten merupakan hal yang penting, dimana konten harus mewakili perusahaan menyampaikan pesan ke publik dan juga menarik, sehingga nantinya publik akan memiliki *interest*/ minat untuk mengikuti sosial media perusahaan. Karena ketika konten tidak menarik, maka publik akan perlahan-lahan meninggalkan sosial media dan *awareness*/ kesadaran terhadap perusahaan akan menurun. Dengan begitu, membuat atau memberikan ide yang menarik sesuai dengan target publik dari perusahaan bukanlah hal yang mudah dan hal inilah yang terkadang menjadi kendala dan berulang kali didiskusikan oleh pembimbing pada saat melakukan praktik magang.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Dihadapi

Untuk menghadapi kendala pada saat melakukan praktik kerja magang adalah berkonsultasi dan mendiskusikan dengan pembimbing magang ataupun teman-teman dari tim *Public Relations* atau marketing di perusahaan PT Berkah Pangan Nusantara. Karena dari diskusi yang dilakukan dapat membuka pikiran antara karyawan satu dengan yang lain. Untuk melakukan diskusi atau berkonsultasi dapat dilakukan dimana saja, baik itu saat rapat, makan siang, ataupun pada saat ada waktu luang. Hal tersebut sangatlah membantu dan secara tidak langsung mengeratkan hubungan antara satu karyawan dengan lainnya dan masalah yang awalnya terasa berat, akhirnya dapat diselesaikan dengan baik.

Mengikuti *Standard Operating Procedures* (SOP) sosial media yang digunakan perusahaan, seperti konten apa saja yang dapat disebarluaskan di sosial media (Facebook dan Instagram) perusahaan, memahami cara membalas komentar di sosial media yang baik dan efektif, menerapkan program pelatihan media sosial bagi karyawan. SOP media sosial perusahaan ini sangat penting karena apa yang disebarluaskan perusahaan di media sosial juga menggambarkan perusahaan.