



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

Selama tiga bulan menjalankan magang, penulis bekerja dalam bidang *Marketing Communication* yang di dalamnya memiliki beragam pekerjaan berkaitan dengan dunia maya (*online*) dan media sosial. Fokus kerja yang dilakukan penulis dalam bidang *Marketing communication* yaitu menjalankan tiga tugas besar. Salah satunya yang paling utama dan menjadi pegangan secara keseluruhan bagi penulis yaitu menjalankan tugas *Online Public Relations*. Setiap harinya penulis mempraktikkan tugas *Online Public Relations* seperti membuat konten, *posting* konten ke dalam media sosial yang dimiliki PT Kreasi Dua Indonesia, melakukan evaluasi (*monitoring*) mingguan pada media sosial tersebut.

Dalam menjalankan pekerjaannya, penulis berhubungan dengan Rae Narendra selaku *Head of Marketing Communication*, untuk mendapatkan tugas dan membimbing penulis dalam mengejakan tugas tersebut. Selain itu, penulis bekerja sama dengan bagian desain grafis untuk mendapatkan desain gambar dari konten media sosial yang dibuat oleh penulis. Terakhir, penulis bekerja sama dengan bagian operasional untuk mendapatkan keterangan mengenai produk yang dijual oleh perusahaan terkait dengan tugas penulis dalam memberi respon kepada *customer* melalui media sosial. Dalam memenuhi kebutuhan dengan pihak-pihak tersebut, penulis melakukan komunikasi menggunakan *whatsapp*. Selebihnya dalam melakukan koordinasi dan informasi lainnya, penulis menggunakan *skype* dan *gmail* untuk mendapatkan berbagai dokumen yang dibutuhkan penulis selama proses kerja dan pengiriman tugas penulis kepada pihak-pihak tersebut.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama masa kerja magang, penulis diberikan kesempatan untuk mempelajari banyak hal yang berkaitan dengan bisnis *online* pada PT Kreasi Dua Indonesia. Penulis ditempatkan sebagai asisten *Marketing Communication* yang fokus pekerjaannya membuat konten pada media sosial yang dimiliki perusahaan, *posting* konten tersebut, dan mengevaluasi media sosial yang dimiliki perusahaan. Selebihnya pekerjaan lain yang dilakukan oleh penulis selama menjalankan magang adalah membuat *press release*, berpartisipasi dalam *press conference*, membuat *email notification*, program MPR (*keyword and tagline*), melakukan *unboxing* produk, dan melakukan *update* dan pencarian KOL untuk kreasi2shop.

Selama menjalankan pekerjaannya, penulis mendapatkan berbagai dokumen yang dibutuhkannya secara langsung dari perusahaan untuk memenuhi tugas dan menjalankan proses kerjanya. Sedangkan segala tugas yang dikerjakan dan dihasilkan oleh penulis merupakan tugas yang dibuat secara pribadi oleh penulis sendiri untuk diberikan kepada perusahaan dan disimpan penulis sebagai lampiran dari pekerjaan yang dilakukan penulis selama bekerja pada PT Kreasi Dua Indonesia. Bila dijabarkan dan dikaitkan dengan materi perkuliahan, secara umum adalah:

1. *Online PR*. Menjadi dasar dari segala bentuk aktivitas yang penulis sering lakukan. Materi yang diajarkan pada perkuliahan ini sangat luas, tetapi yang penulis implementasikan selama 54 hari menjalankan kerja magang adalah segala sesuatu berkenaan dengan konten *social media*. Penulis membuat konten berdasarkan produk yang disediakan perusahaan beserta program promo yang ada, mengenai *event* atau hari perayaan nasional serta mengenai *trending topic* yang menarik untuk diketahui oleh *customer*.
2. *PR Writing* (penulisan PR) diimplementasikan hanya sebagian kecil dari materi yang telah diajarkan dalam buku perkuliahan, mulai dari membuat *deck presentation*, membuat dan merevisi *press release*, membuat konten, dan sebagainya.

3. *Marketing PR* merupakan materi pokok yang menjadi acuan penulis selama menjalankan kerja magang di PT Kreasi Dua Indonesia. Materi MPR yang didapat selama perkuliahan mengajarkan penulis untuk menciptakan komunikasi dengan cara menarik untuk meningkatkan *sales* tanpa harus melakukan penjualan produk. Dalam menjalankan magang di PT Kreasi Dua Indonesia, penulis mempraktikkan materi MPR pada bagian penerapan strategi MPR untuk menarik keingintahuan dan ketertarikan *customer* terhadap produk dengan menggunakan *keywords and tagline* dan beberapa program promo yang menarik.

Tabel 3.1
Laporan Realisasi Kerja Magang

Minggu ke -	Jenis pekerjaan yang dilakukan mahasiswa
1	Perkenalan tentang perusahaan, penjelasan mengenai pekerjaan, membuat konten media sosial, meeting dengan agensi, <i>browsing</i> mengenai <i>event</i> atau peristiwa <i>trending topic</i> .
2	melakukan <i>post</i> media sosial, membuat konten media sosial, <i>social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)
3	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, membuat <i>email notification, social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)
4	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, memberi respons kepada <i>customer</i> melalui media sosial, membuat konten dan melakukan <i>update blog</i> dan <i>kaskus, meeting</i> dengan <i>website agency</i> , melakukan cek lokasi untuk penyelenggaraan <i>press conference, social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)

5	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, membuat konten dan melakukan <i>update blog</i> , melakukan revisi konten media sosial, membuat <i>press release</i> , <i>social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)
6	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, merevisi <i>press release</i> , <i>unboxing</i> produk <i>rice cooker</i> , membuat strategi MPR (<i>keywords and tagline</i>), <i>social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)
7	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, membuat deck presentasi, membuat <i>rundown</i> acara <i>press conference</i> , pelaksanaan <i>press conference</i> , <i>unboxing</i> produk <i>blender</i> , membuat konten dan melakukan <i>update blog</i> , <i>social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)
8	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, merevisi strategi MPR (<i>keywords</i>), membuat konten dan melakukan <i>update youtube</i> , membuat konten dan melakukan <i>update blog</i> , <i>social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)
9	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, memberi respons kepada <i>customer</i> melalui media sosial, melakukan <i>update event</i> yang sedang <i>trending topic</i> , <i>social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)
10	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, memberi respons kepada <i>customer</i> melalui media sosial, melakukan <i>update trending topic</i> ,

	<i>competitor monitoring</i> , membuat konten dan melakukan <i>update blog, social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)
11	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, melakukan <i>update trending topic, competitor monitoring</i> , membuat konten dan melakukan <i>update youtube, social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)
12	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, membuat konten dan melakukan <i>update blog</i> , melakukan unboxing untuk produk <i>curler</i> dan <i>straightener, social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)
13	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, memberi respons kepada <i>customer</i> melalui media sosial, melakukan <i>unboxing</i> untuk produk <i>dry iron, social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)
14	Melakukan <i>update</i> konten media sosial, membuat konten media sosial, memberi respons kepada <i>customer</i> melalui media sosial, membuat konten dan melakukan update youtube, <i>competitor monitoring, searching KOL</i> , membuat konten dan melakukan <i>update blog</i> , membuat strategi MPR (<i>keywords and tagline</i>), <i>social media monitoring and evaluations</i> (minggu sebelumnya)

Dari laporan realisasi kerja magang mingguan pada tabel di atas, maka dapat dibuat timeline kerja penulis selama pelaksanaan praktik kerja magang sebagai berikut:

No.	Kegiatan	Waktu/Jadwal Pelaksanaan											
		Agustus			September			Oktober			November		
1	<i>Online Public Relations (Social Media Content for Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Blog)</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	<i>Online Public Relations Social Media Post</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	<i>Online Public Relations (Social Media Monitoring and Evaluations)</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4	<i>Marketing Public Relations (keywords and tagline)</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	<i>Online Public Relations (Competitor Monitoring)</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	<i>Online Public Relations (KOL Finding)</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7	<i>Public Relations Writing (Pre-event Press Conference) deck presentation, checking location, press release, rundown)</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8	<i>Public Relations Writing (Grand Launching Website Event)</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9	<i>Online Public Relations (Unboxing Program)</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
10	<i>Searching for event and trending topic</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
11	<i>Meeting with agency</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Tabel 3.2 Timeline Kerja

3.3 Pembahasan

3.3.1 Uraian tugas-tugas dan kaitannya dengan konsep ilmiah yang relevan

Ketika masuk sebagai salah satu anak magang di PT Kreasi Dua Indonesia, penulis berekspektasi dan berasumsi bahwa akan banyak mempraktikkan dan menggunakan berbagai teori yang telah dipelajari semasa

penulis duduk dibangku perkuliahan Universitas Multimedia Nusantara. Penulis membekali diri dengan membaca kembali berbagai teori mengenai *online PR*, teori yang berkaitan dengan strategi MPR, dan lain sebagainya dengan harapan ketika mendapat tugas dari mentor lapangan, penulis memiliki setidaknya sedikit gambaran tentang bagaimana mengerjakan tugas utama penulis dengan baik. Meski demikian, pada kenyataannya di lapangan tidaklah semudah yang telah diajarkan oleh para dosen maupun yang ada pada buku. Tidak semua konsep maupun teori dapat diaplikasikan pada perusahaan yang ada. Terkadang ada beberapa teori yang perlu dipahami lebih dalam agar dapat mengerjakan pekerjaan penulis. Selama tiga bulan bekerja dalam bidang *Marketing Communication*, penulis melakukan beragam pekerjaan yaitu membuat konten mingguan dan meng-*update* konten tersebut dalam media sosial seperti *Instagram, Facebook, Twitter, dan Google+* serta melakukan evaluasi mingguan untuk melihat perkembangan dari media sosial yang dimiliki perusahaan. Lalu, membuat konten blog dan melakukan *update* konten tersebut pada halaman *blog* yang tertera dalam *website* perusahaan.

Selain itu, penulis ikut dalam *meeting* yang dilakukan oleh *Marketing Communication Manager* dengan beberapa *agency*. Kemudian, adanya pembuatan *press release* yang diajukan kepada direktur perusahaan untuk disetujui dan diselenggarakannya *press conference*, di mana penulis juga ikut berpartisipasi dalam pembuatan *rundown* acara dalam *press conference* tersebut. Penulis juga menciptakan program *marketing public relations* dengan membuat beragam *tagline* dan *keywords* untuk memenuhi tugas *marketing communication*. Penulis ikut berpartisipasi dalam melakukan *unboxing* beberapa produk yang dijual perusahaan guna memenuhi tugas penulis dalam pembuatan konten *youtube*.

Terakhir penulis melakukan beberapa konsep penulisan PR yang sebagian tugasnya melakukan pembuatan *word document* dan *power point* untuk diajukan ke kepada Willy, selaku CEO dari PT Kreasi Dua Indonesia. Selebihnya penulis hanya melakukan tugas-tugas kecil yang diberikan

Marketing Communication Manager seperti mencari KOL perusahaan, menganalisis program kerja *competitors*, dan membuat surat-surat yang diperlukan *Marketing Communication Manager* untuk diajukan kepada direktur terkait pekerjaannya dalam *Marketing Communication*.

Dari beberapa tugas yang didapat oleh penulis selama menjalankan 54 hari kerja tersebut, penulis memutuskan dalam membuat laporan ini, ada 3 (tiga) mata kuliah yang penulis anggap paling berperan besar dalam membantu penulis mengerjakan tugas ketika melaksanakan praktik kerja magang.

3.3.1.1 Online Public Relations

Online PR adalah salah satu mata kuliah yang penulis pernah tempuh selama masa perkuliahan. Dalam praktik kerja magang, salah satu yang penulis implementasikan dari mata kuliah ini adalah membuat konten media sosial setiap minggu nya. Penulis berusaha meningkatkan *awareness*, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan dengan menggunakan konten-konten yang menarik untuk dilihat dan dibagikan kepada sesama pengguna media sosial. Selama periode magang ini, penulis dipercayakan menjalankan, merancang, dan memonitor semua hal terkait sosial media yang dimiliki perusahaan seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, dan *Blog*. Dalam penugasan ini, penulis dibimbing langsung oleh Rae selaku *Marketing Communication Manager* PT Kreasi Dua Indonesia. Berawal dari merancang *timeline posting*, membuat isi *content* untuk sosial media, melakukan *update* atau *post*, menjawab pesan yang masuk pada setiap media sosial, hingga melakukan *monitoring and evaluations* untuk melihat *traffic* dari ketertarikan customer seperti *likes*, *comment*, *share*, dan *linked post*. Dalam praktik kerja magang ini, penulis dipercayakan melakukan aktifitas *online PR* melalui *social media*.

Tugas penulis pertama kali adalah membuat konten mingguan untuk media sosial dengan mencari topik yang menarik mengenai hari-hari penting nasional maupun internasional seperti hari peringatan Guru sedunia, sumpah pemuda, hari pahlawan. Penulis juga membuat konten yang isinya mengenai *quotes* dan tips menarik yang baik untuk dilakukan *customer* terkait dengan produk yang dijual oleh perusahaan. Contohnya, manfaat mendengarkan musik, manfaat meminum jus buah, dll. Hal ini dilakukan agar penulis tidak terlihat menerapkan konsep *hard selling* yang mungkin terkesan memberi paksaan pada *customer* untuk berbelanja. Pembuatan konten ini secara rutin dilakukan oleh penulis pada hari Senin, setiap minggunya.

Selanjutnya dalam melakukan *post* atau *update* konten tersebut, penulis telah membuat jadwal waktu *update*. Dalam PT Kreasi Dua Indonesia, *update* konten media sosial dilakukan setiap hari secara rutin pada hari Senin hingga Jumat. Pagi hari melakukan *post* konten pukul 09.00 WIB, lalu siang hari pukul 11.30 WIB, dan terakhir pukul 15.30 WIB. Waktu tersebut telah disepakati sebagai jadwal *posting* yang rutin guna menghindari adanya ketidaktertarikan *customer* bila jarak waktu untuk *update* terlalu singkat.

Selain itu, penulis juga memonitor dan mengevaluasi setiap aktifitas yang terkait media sosial perusahaan. Kegiatan ini secara rutin penulis lakukan pada hari Jumat setiap minggunya. Hal yang penulis lakukan dari tugas ini yaitu membuat data jumlah *likes*, *comments*, *share*, *linked post*, and *customer reached*. Dalam melakukan tugas ini, penulis harus meneliti menggunakan *tools* berupa media sosial yang berkaitan. Untuk mengetahui seberapa banyak *customer* yang membuka atau menekan *klik* pada link konten yang ada, penulis menggunakan *tool* yaitu *bit.ly*.

Dalam mata kuliah ini, penulis diajarkan bahwa seiring perkembangan jaman, aktifitas apapun tidak cukup bila hanya

dilakukan pada cara yang tradisional karena saat ini digital ada di tangan setiap orang. Saat di perkuliahan, penulis diajarkan bahwa dalam aktifitas PR secara *online*, konten merupakan segalanya. Konten akan membuat sebuah *brand* diminati atau sebaliknya ditinggalkan. Dengan acuan itu, penulis berusaha membuat konten yang menarik agar konsumen dapat meningkat baik dari segi *awareness* hingga *engagement*-nya melalui pembelian produk.

Menurut Chris Brogan (2010, h.11) sosial media adalah sebuah rangkaian baru komunikasi dan alat berkolaborasi yang memungkinkan banyak tipe dari interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk masyarakat umum. Media internet dimanfaatkan oleh PR untuk membangun merek (*brand*) dan memelihara kepercayaan publik.

Kelebihan *online* PR, adalah:

1. Komunikasi spontan dan konstan
2. Internet bekerja selama 24 jam x 7 hari
3. Potensi target publik seluruh dunia - Pasar global
4. Respons yang cepat
5. Interaktif, komunikasi dua arah
6. Hemat.

Online PR Tools

1. *Email*
2. *e-Newsletter*
3. *Blog*
4. Media Sosial
5. *Google Alerts for brand monitoring*

Berdasarkan materi dan konsep yang penulis dapatkan selama berada pada bangku perkuliahan, terdapat keselarasan dengan teknik implementasi yang penulis lakukan saat menjalankan praktik kerja di PT Kreasi Dua Indonesia.

Saat penulis melakukan aktifitas *online PR* melalui *social media*, penulis merasa sangat tertarik karena hal ini membantu memperluas jangkauan *customer* bagi perusahaan. Selain itu, media sosial merupakan aset yang mudah dikelola untuk meningkatkan *sales dan awarness* pelanggan terhadap *kreasi2shop* melalui kontennya. Maka, dalam *online PR* konten sangat penting untuk diperhatikan. Berdasarkan analisis penulis, tugas dan peran penulis dalam menjalankan tugas *Online Public Relations* telah sesuai dengan konsep dan materi yang penulis dapatkan pada perkuliahan. Materi ini yang menjadi panduan bagi penulis untuk melakukan tugasnya, meskipun pada realitasnya apa yang dikerjakan penulis dalam menjalankan tugas *Online Public Relations* ini lebih dalam dan luas dibanding dengan materi yang hanya dijelaskan selama perkuliahan.

3.3.1.2 Penulisan *Public Relations*

Penulisan PR merupakan salah satu Mata kuliah yang penulis dapat saat berada pada semester empat lalu. Salah satu tugas penulis dalam menjalankan tugas *Public Relations Writing* adalah membuat konten yang diunggah pada media sosial perusahaan, membuat *press release* yang memiliki nilai baca bagi media, serta menjalankan *press conference*. Penulisan PR juga penting digunakan ketika penulis membuat deck presentasi untuk diajukan pada Willy untuk dimintai persetujuan mengenai program *kreasi2shop* setiap bulannya. Cara penulis memaparkan data dalam bentuk *story telling* sehingga membuat pesan/data menjadi lebih menarik untuk disimak. Dalam menjalankan tugas ini, penulis menggunakan *Microsoft tools* yaitu *word document and power point*. Di dalam mata kuliah ini, penulis diajarkan berbagai hal terutama tentang menulis sebagai seorang praktisi PR yang memang konsep dari materi ini dapat penulis terapkan secara langsung saat melaksanakan kerja magang.

Tipe-tipe panulisan atau naskah PR dapat dibagi menjadi dua bagian:

- Berkaitan dengan Media Relations/Press Relations, seperti naskah press release (siaran pers), advertorial, dan press conference (press kit/media kit).
- Berkaitan dengan media promosi, informasi, dan komunikasi perusahaan/organisasi, seperti naskah untuk dipublikasikan di newsletter, magazine, naskah laporan tahunan (*annual report*), *company profile*, *leaflet*, *booklet*, brosur, dan sebagainya.

Ilmu dari penulisan PR menjadi dasar bagi penulis untuk membuat konten, merangkai *deck presentation*, hingga saat penulis membuat *press release* untuk *Grand Launching Website* PT Kreasi Dua Indonesia. Tujuan dari diterapkannya konsep Penulisan PR ini yaitu untuk menjaga hubungan dengan customer, menjaga nilai perusahaan, dan meningkatkan citra dari perusahaan.

Mata kuliah penulisan PR yang penulis dapatkan saat duduk di bangku perkuliahan menjadi acuan bagi penulis. Misalnya ketika membuat konten untuk *social media*, penulis menggunakan acuan dari ilmu yang telah diajarkan, yaitu konten yang berupa tulisan (*caption*) harus singkat, padat, menarik, dan maknanya jelas tidak menimbulkan ambiguitas. Hal ini diterapkan guna membuat konten *social media* menjadi lebih menarik untuk dibagikan, dilihat dan dibaca oleh *customer* yang menjadi pengikut dari media sosial perusahaan.

Dalam memberikan respons pada media sosial, penulis juga menggunakan apa yang telah diajarkan mata kuliah ini sebagai acuan merespons media sosial yang dimiliki perusahaan. Respon yang disampaikan dapat dilihat oleh banyak orang yang telah menjadi *followers* di akun media sosial perusahaan, maka dalam merespon penulis harus menggunakan kata-kata yang singkat, padat, jelas, sopan, dan langsung kepada inti jawaban maupun permasalahan. Hal ini dilakukan guna *customer* bisa mendapatkan

jawaban yang sesuai dengan pertanyaan mereka tanpa menimbulkan rasa bingung. Apabila menyangkut hal yang diluar pengetahuan penulis, maka penulis akan mengkonfirmasi hal tersebut terlebih dahulu kepada pihak yang bersangkutan agar jawaban yang penulis berikan tepat dan tidak asal menjawab.

Terdapat 5 faktor yang penting dipertimbangkan ketika membuat suatu karya tulis antara lain (Prayudi, 2007, h. 8-18):

- a. Tujuan Penulisan (komunikasi, menerima pesan, penilaian perilaku)
- b. Objektivitas
- c. *Review* Sumber Informasi
- d. Dampak yang diharapkan
- e. Teknik Penulisan

Setiap karya tulis tentu memiliki tata cara dan struktur yang berbeda, tetapi tetap ada prinsip-prinsip utama yang harus selalu diperhatikan dalam membuat karya tulis yaitu menggunakan kalimat yang singkat, mudah dipahami, menggunakan kata-kata yang umum, dan menghindari pengulangan kata atau kata-kata yang tidak perlu. Selama mengikuti prinsip dasar penulisan tersebut, penulis mampu membuat beberapa karya saat praktik kerja magang yang hasilnya digunakan untuk kepentingan perusahaan dan mendapat respons yang baik oleh pihak-pihak bersangkutan. Keterampilan penulisan juga akan bertambah seiring berjalannya pengalaman. Semakin sering membuat karya tulis, sama saja dengan melatih keterampilan penulis. Tetapi sebagai pemula, setidaknya dengan mengikuti prinsip di atas dan mempertimbangkan faktor yang mempengaruhi karya tulis, maka hasil penulisan akan lebih baik dan memiliki nilai baca.

2.3.1.3 Marketing Public Relations

Marketing Public Relations merupakan salah satu mata kuliah pokok yang wajib penulis ambil pada masa perkuliahan. Dalam menjalankan kerja magang di PT Kreasi Dua Indonesia, penulis

menerapkan salah satu strategi MPR yang dapat meningkatkan ketertarikan dan keingintahuan dari *customer* melalui *keywords and tagline*. Penggunaan *keywords dan tagline* ini hanya berlaku untuk beberapa produk yang dijual oleh kreasi2shop. Dalam membuat *keywords dan tagline*, penulis mencari sebuah kata ganti maupun *quotes* yang maknanya berkaitan dengan produk yang dijual oleh perusahaan, contohnya untuk produk kipas angin, penulis membuat *keywords* “*blow your body, blow your mind*”, “*your number one fan*”, atau “*always be cool*”. Dengan menggunakan strategi *keywords* seperti ini, *customer* tidak akan berpikir adanya paksaan yang diberikan kreasi2shop untuk berbelanja, sebaliknya dapat menimbulkan ketertarikan *customer* untuk membaca dan melihat produk karena tingkat penasarannya yang diciptakan dari *keywords* tersebut.

Dalam membuat *keywords dan tagline*, penulis tak lupa menerapkan konsep yang telah diajarkan dalam mata kuliah *Marketing Public Relations*, bahwa *keywords atau tagline* yang dibuat hanya boleh terdiri dari lima sampai tujuh kata, dibuat dengan kata-kata menarik, singkat, memiliki makna dan nilai, serta menarik keingintahuan *customer*. Hal ini sangat membantu penulis dalam mengerjakan tugas selama magang di PT Kreasi Dua Indonesia.

Dalam mata kuliah ini, penulis diajarkan banyak hal mengenai tata cara kerja *marketing* bagi seorang *Public relations*. Menurut Thomas L. Harris, *marketing Public Relations* merupakan salah satu strategi dan taktik yang digunakan oleh seorang PR untuk mencapai tujuan dari pemasaran. *Marketing Public relations* dapat digunakan untuk mendapatkan *awareness* publik, menstimulasi dan meningkatkan penjualan, sebagai salah satu fasilitas dari komunikasi yang dapat membangun hubungan antara perusahaan, *brand*, dan *customer*.

Peranan Marketing Public Relations dalam upaya mencapai tujuan utama organisasi menurut Ruslan (2002, h.262):

1. Menumbuh kembangkan kesadaran konsumen terhadap produk perusahaan.
2. Membangun kepercayaan konsumen terhadap citra perusahaan atau manfaat (benefit) atas produk yang ditawarkan.
3. Mendorong antusiasme (*sales force*) melalui suatu artikel tentang kegunaan dan manfaat dari produk.
4. Menekan biaya promosi, baik di media elektronik maupun media cetak dan sebagainya demi tercapainya efisiensi biaya.
5. Komitmen untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen, termasuk upaya mengatasi keluhan-keluhan demi tercapainya kepuasan pihak pelanggannya.
6. Membantu mengkampanyekan peluncuran produk-produk baru dan sekaligus merencanakan perubahan posisi produk yang lama.
7. Mengomunikasikan terus menerus melalui media Public Relations tentang aktivitas dan program kerja yang berkaitan dengan kepedulian sosial dan lingkungan hidup agar tercapainya publikasi yang positif di mata masyarakat / publik.
8. Membina dan mempertahankan citra perusahaan atau produk barang dan jasa, baik dari segi kuantitas maupun kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya.
9. Berupaya secara proaktif dalam menghadapi suatu kejadian negatif yang mungkin akan muncul di masa mendatang.

Berdasarkan analisis penulis, peran dan tugas penulis telah sesuai dan selaras dengan materi yang diajarkan pada bangku perkuliahan. Hal ini dibuktikan dengan jumlah *costumer* yang terus meningkat dan tertarik untuk menekan klik pada halaman website yang terdapat penerapan dari strategi MPR (*keywords and tagline*) tersebut. Tujuan digunakannya

konsep Marketing Public Relations ini pun sesuai dengan apa yang diajarkan dalam materi perkuliahan, yaitu untuk mendapatkan *awareness* publik, menstimulasi dan meningkatkan penjualan, sebagai fasilitas komunikasi untuk membangun hubungan antara perusahaan, *brand*, dan *customer*.

3.3.2 Uraian kendala-kendala yang ditemukan dari proses kerja magang

Saat menjalankan pekerjaannya selama tiga bulan dalam PT Kreasi Dua Indonesia, penulis memiliki beberapa kesulitan dalam memahami beberapa pekerjaan yang diberikan oleh Rae selaku *Marketing Communicatin manager* yang membimbing penulis selama melakukan kerja magang. Pertama, dimulai dari hari pertama kerja, penulis dijelaskan mengenai pekerjaan utama yang akan penulis lakukan selama tiga bulan yaitu membuat konten media sosial. Dalam hal ini, penulis harus giat mencari tahu tentang *event* atau peristiwa penting, yang *trending topic*, dan menarik untuk dibahas dan diketahui oleh *customer*. Sedangkan dalam bangku perkuliahan, materi yang menyangkut pembuatan konten hanya berupa konsep tanpa contoh penerapan yang jelas.

Kedua, penulis diminta membuat akun kaskus untuk menarik *awareness* dari *customer* agar mengetahui dan tertarik tentang kreasi2shop. Lalu penulis diminta melakukan *update* konten dua minggu sekali pada akun kaskus tersebut. Selama pembuatan konten, penulis mengalami kesulitan dalam penyesuaian tata bahasa dan cara berkomunikasi gaya kaskus yang menggunakan istilah unik, yang berbeda dari gaya bahasa komunikasi penulis sehari-hari.

Ketiga, saat penulis diminta melakukan pekerjaan tambahan untuk membuat *press release* yang isinya mengundang para media dan *bloger* untuk hadir pada *grand launching website* kreasi2shop. Awalnya penulis hanya membuat *press release* berdasarkan pada *template* materi perkuliahan yang

telah diajarkan. Saat dikumpulkan pada Rae, beliau mengatakan *press release* tersebut sangat simpel dan isinya tidak fokus pada acara utama *grand launching* yang sesungguhnya. Hal ini membuat penulis harus melakukan revisi *press release* tersebut hingga dua kali kerja.

Selebihnya, kendala yang dialami oleh penulis adalah banyaknya istilah yang ada pada perusahaan dan adanya pekerjaan tambahan yang diberikan Rae, di luar dari materi perkuliahan yang belum pernah penulis pelajari secara mendalam. Hal ini penulis rasakan saat penulis mendapat tugas untuk menjawab pertanyaan media terkait dengan profil perusahaan, kegiatan, dan pencapaian yang telah dilakukan perusahaan seperti bisnis O2O, SKU, *conventional and convertional logistic*, dsb.

3.3.3 Uraian solusi dari kendala-kendala yang ditemukan

Pada pengerjaan *project* utama yaitu pembuatan konten media sosial (*Facebook, Instagram, and Twitter*), penulis berusaha melakukan *browsing* untuk mencari *event* atau hari-hari perayaan nasional untuk dijadikan sebagai konten menarik yang nantinya akan diketahui atau diperingati oleh *customer*. Selain itu penulis juga meminta data hasil kerja mengenai konten media sosial yang telah ada sebelumnya kepada Rae, untuk dijadikan sebagai referensi dan acuan teknik penulisan dan pembuatan konten.

Setelah itu, untuk mengatasi kendala kedua mengenai pembuatan konten kaskus, penulis melakukan *browsing* pada internet untuk mengetahui bahasa-bahasa unik yang biasa digunakan dalam konten kaskus. Penulis sempat ragu dalam menggunakan tata bahasa yang ada karena jauh dari bahasa Indonesia sehari-hari yang baik dan fasih didengar. Untuk itu, penulis kembali memastikannya dengan mengajukan pertanyaan pada beberapa pihak internal yang sebelumnya pernah menggunakan kaskus. Penulis akhirnya mendapatkan bantuan berupa pengajaran teknik komunikasi kaskus dari salah satu anggota.

Untuk kendala ketiga, penulis mengatasinya dengan mencari referensi *press release* perusahaan yang telah ada sebelumnya. Tidak jauh berbeda dengan membuat konten media sosial, dalam pembuatan *press release* ini, penulis juga dilatih untuk menggunakan komunikasi yang baik dan menarik sehingga *press release* layak untuk dibaca oleh para media dan *bloger* yang menerimanya. Penulis sempat meminta bantuan kepada Rae untuk memeriksa dan memberikan ide mengenai isi dari *press release* tersebut. Beliau dengan senang hati membantu.

Terakhir, untuk mengatasi kendala lainnya, penulis hanya dilatih untuk lebih giat melakukan *browsing* pada internet, mencari tahu arti atau makna istilah-istilah yang tidak diketahui oleh penulis. Terkadang beberapa pekerjaan tersebut mengharuskan penulis untuk meminta referensi pekerjaan dari dokumen atau hasil kerja yang sudah ada sebelumnya dan mengulas kembali inti dari pekerjaan tersebut, jika masih memiliki kesulitan dalam memahami, penulis kembali bertanya kepada Rae yang telah memberikan penulis tugas tersebut untuk dimintai penjelasan. Penulis juga sering mengajukan pertanyaan kepada rekan kerja lainnya yang sudah lama bekerja pada PT Kreasi Dua Indonesia.

