



### **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 menjalankan praktik kerja magang terhitung sejak tanggal 2 (dua) Oktober 2017 sampai dengan 2 (dua) Januari 2018. Penulis ditempatkan dalam divisi *Marketing Communication* sebagai *Social Media Intern* di Puspita Martha International Beauty School. Selama melaksanakan kerja magang, penulis dibimbing oleh Charlotte Manilyn Amanda Ulyana Kesaulya, selaku *Marketing Communication Manager*. Dalam periode masa kerja magang, penulis melakukan aktivitas *Social Media* baik yang bersifat wajib dilakukan setiap hari secara rutin, dalam hal ini mengelola *Social Media*, serta ikut berpartisipasi dalam aktivitas lain pada divisi *Marketing Communication* sebagai *Social Media team*.

Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis memperoleh banyak pengetahuan serta pengalaman mengenai *Social Media*, khususnya dalam divisi *Marketing Communication*. Aktivitas yang dilakukan penulis secara rutin adalah membuat konten *Social Media Instagram* Puspita Martha setiap 2 (dua) minggu sekali untuk di *update* setiap harinya pada Instagram Post, meliputi kegiatan di dalam maupun di luar kelas mengenai *daily activity* yang akan di *update* pada *Instagram Story*, membalas serta membuat rekapitulasi data *Direct Message* yang masuk. Pada aktivitas *Social Media* ini, penulis berkoordinasi dengan beberapa rekan penulis di divisi *Social Media* lainnya, fotografer, dan tentunya penulis perlu mendapatkan persetujuan dari pembimbing atas konten yang akan di *update* tersebut. Tidak hanya membuat konten *Social Media Instagram* Puspita Martha, penulis juga diberi tugas untuk mengelola dan membuat konten *Social Media* untuk Cipta Busana Martha Tilaar yang juga merupakan bagian dari PT. Martha Beauty Gallery. Selain membuat konten, penulis juga bertugas untuk membalas atau menjawab *Direct Message Instagram* dengan memberikan informasi yang berkaitan dengan Puspita Martha, seperti info lokasi, program-program yang ada, serta kerjasama. Pada aktivitas ini, penulis berkoordinasi dengan tim *Sales*, karena rekapitulasi

yang penulis buat akan dapat di akses langsung oleh tim *Sales Puspita Martha* untuk ditindaklanjuti.

Selain bertugas melakukan aktivitas tersebut, penulis juga diberikan kesempatan untuk membantu beberapa pelaksanaan *event* dalam divisi *Marketing Communication* sebagai *Social Media team*, seperti ikut serta dalam kegiatan *meeting* pelaksanaan *event*, ikut serta dalam pelaksanaan *beauty class* dalam program *School to School*, dan lain-lain. Aktivitas yang dilakukan penulis tak lain bertujuan untuk membangun *awareness* masyarakat terhadap Puspita Martha sebagai sekolah kecantikan, mengkomunikasikan pesan Puspita Martha yang dikemas dalam bentuk publikasi yang menarik kepada para target, serta membangun hubungan baik dengan para siswa, masyarakat, maupun relasi. Penulis wajib menjalankan aktivitas sesuai dengan perintah dari pembimbing lapangan dan bertanggung jawab dalam pelaporan hasil pekerjaan kepada pembimbing lapangan.

### 3.2 Tugas yang dilakukan

Selama masa kerja magang, penulis diberikan tugas maupun pekerjaan yang beragam dari Charlotte Manilyn Amanda Ulyana Kesaulya, sebagai pembimbing lapangan. Dari tugas yang dilakukan membuat penulis mendapatkan banyak pengetahuan serta pengalaman yang belum pernah penulis dapatkan sebelumnya. Berikut adalah tugas atau pekerjaan yang dikerjakan oleh penulis selama melakukan praktik kerja magang di PT. Martha Beauty Gallery (Puspita Martha International Beauty School) :

**Tabel 3.1**  
**Rincian Jenis Pekerjaan Perminggu**

Minggu Ke -	Jenis Pekerjaan Yang Dilakukan Mahasiswa
1	Perkenalan <i>product</i> ( <i>Product Knowledge</i> )
	Perkenalan dengan para karyawan dan tim <i>intern</i> yang lain
	Pemberian <i>jobdesc</i> oleh pembimbing dan diberikan pengarahan
	Masuk ke kelas-kelas untuk merekam <i>daily activity</i> untuk

	<p><i>Instagram story</i> Puspita Martha</p> <p>Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha &amp; melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i></p> <p>Ikut serta dalam <i>meeting event Cosmobeaute 2017</i></p>
2	<p>Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas</p> <p>Mengikuti pelaksanaan Cosmobeaute 2017 di JCC Jakarta sebagai <i>Social Media team</i></p> <p>Meliput <i>mini show &amp; situasi backstage</i> Puspita Martha pada Cosmobeaute 2017 sebagai <i>Social Media team</i></p> <p>Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha &amp; melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i></p>
3	<p>Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas</p> <p>Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha &amp; melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i></p> <p>Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i></p> <p>Ikut serta dalam <i>beauty class</i> pada program <i>School to School (STS)</i> di SMAS Donbosco 2 Jakarta sebagai <i>Social Media team</i></p> <p>Membuat <i>editorial plan</i> untuk 2 (dua) minggu kedepan</p>
4	<p>Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas</p> <p>Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha &amp; melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i></p> <p>Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i></p> <p><i>In charge</i> dalam acara <i>Talent Night UMN</i> bersama beberapa <i>trainer &amp; siswa</i>, serta bertugas meliput keperluan <i>Instagram Story</i> maupun <i>Post</i></p>
5	<p>Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas</p> <p>Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha &amp; melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i></p> <p>Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i></p> <p>Meliput kegiatan <i>live demo makeup</i> pada <i>Instagram Puspita Martha</i></p> <p>Membuat artikel untuk dimasukkan ke dalam <i>website resmi Puspita Martha</i></p>

6	Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas
	Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha & melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i>
	Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i>
	<i>In charge</i> dalam <i>Beautypreneurship Seminar</i> oleh Ibu Wulan Tilaar di UMN & meliput untuk keperluan <i>Instagram Story</i> maupun <i>Post</i>
7	Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas
	Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha & melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i>
	Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i>
	<i>In charge</i> dalam event 9th Aston Anniversary & meliput untuk keperluan <i>Instagram Story</i> maupun <i>Post</i>
	Ikut serta dalam <i>beauty class</i> pada program <i>School to School (STS)</i> di SMAS Strada Jakarta & bertugas meliput situasi <i>beauty class</i>
	Ikut serta dalam <i>meeting</i> untuk pelaksanaan <i>Graduation</i>
	Berkoordinasi dengan tim mengenai <i>jobdesc</i> pelaksanaan <i>Graduation</i>
8	Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas
	Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha & melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i>
	Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i>
	Ikut serta dalam <i>meeting</i> dengan pembimbing dan tim <i>Social Media</i> lain mengenai pembaharuan konten
	Ikut serta dalam <i>meeting</i> dengan <i>client</i> dari event Operet Anak Rusun & membuat <i>MOM</i> dari hasil <i>meeting</i> tersebut
	Membuat <i>Power Point Content Guidelines</i>
Membuat <i>editorial plan</i> untuk 2 (dua) minggu kedepan	
9	Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas
	Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha & melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i>
	Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i>
	Ikut serta dalam <i>meeting</i> dengan pembimbing dan CBMT <i>Manager</i> untuk rencana pengelolaan <i>Social Media</i> CBMT
	Membuat <i>editorial plan</i> untuk <i>Social Media Instagram</i>

	CBMT
10	Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas
	Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha & melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i>
	Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i>
	Melakukan <i>update Instagram story</i> dan <i>Post CBMT</i>
	Ikut serta dalam <i>meeting</i> mengenai perencanaan pembaharuan CBMT
	Mencari referensi dan menghubungi beberapa gedung untuk melakukan kerjasama
	Menghubungi siswa untuk menginfokan mengenai <i>graduation</i> dan melakukan rekapitulasi
	Ikut serta dalam <i>meeting</i> pembuatan <i>website</i> LSP Puspita Martha & membuat <i>MOM</i> hasil <i>meeting</i> tersebut
11	Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas
	Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha & melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i>
	Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i>
	Melakukan <i>update Instagram story</i> dan <i>Post CBMT</i>
	Menjadi model ujian PM Squad
	Ikut serta dalam <i>beauty class</i> pada program <i>School to School (STS)</i> di SMAS Theresia Jakarta & bertugas meliput situasi <i>beauty class</i>
	Menghubungi siswa untuk menginfokan mengenai <i>graduation</i> dan melakukan rekapitulasi
12	Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas
	Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha & melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i>
	Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i>
	Melakukan <i>update Instagram story</i> dan <i>Post CBMT</i>
	Ikut serta dalam Rapat Koordinasi tahunan di Martha Tilaar Learning Center
13	Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas
	Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha & melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i>
	Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i>



	Melakukan <i>update Instagram story</i> dan <i>Post CBMT</i>
14	Melakukan <i>update Instagram story</i> mengenai <i>daily activity</i> setiap kelas
	Menjawab <i>Direct Message Instagram</i> Puspita Martha & melakukan rekapitulasi data yang terhubung dengan tim <i>sales</i> untuk diberikan informasi lengkap mengenai permintaan <i>customer</i>
	Membuat <i>wording</i> untuk <i>update Post Instagram</i>
	Melakukan <i>update Instagram story</i> dan <i>Post CBMT</i>

**Tabel 3.2**  
**Realisasi Kerja Mahasiswa**

No	Ruang lingkup	Aktivitas	Okt				Nov				Des				Jan
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
1	Social Media Content	Pembuatan <i>editorial plan</i> Puspita Martha													
		<i>Update Instagram story &amp; wording post Instagram</i> Puspita Martha													
		Pembuatan <i>editorial plan</i> CBMT													
		<i>Update Instagram story &amp; wording post Instagram</i> CBMT													
2	Customer Relationship Management	Menjawab <i>Direct Message Instagram</i>													
		Menghubungi siswa peserta <i>graduation</i>													
		Mencari kontak dan menghubungi pihak rekanan gedung													
3	Kegiatan Tambahan lain sebagai Social Media team	<i>Meeting / pertemuan</i> dengan <i>client</i> atau pihak eksternal maupun internal													
		Cosmobeaute 2017													
		<i>Beauty Class School to School (STS)</i>													
		<i>Talent Night &amp; Awarding Night</i> UMN													
		<i>Beautypreneurship Seminar</i> di UMN													
		<i>9t Anniversary</i>													

		Aston																		
		Operet Anak Rusun																		
4	<i>Kegiatan Tahunan</i>	Rapat Koordinasi (RAKOR) tahunan di Martha Tilaar Learning Center Mega Mendung																		

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama penulis menjalankan praktik kerja magang di PT. Martha Beauty Gallery (Puspita Martha International Beauty School), penulis mengerjakan berbagai macam aktivitas. Berikut adalah penjabaran atas aktivitas ataupun tugas yang penulis kerjakan :

#### 3.3.1 Social Media Content

Menurut Ann Handley dan C.C. Chapman (2011, h.6), *content* adalah istilah luas yang mengacu pada sesuatu yang dibuat dan di-*upload* ke *social media*, bisa berupa kata-kata, gambar, atau hal lainnya. Jadi, *posting/content plan* adalah perencanaan untuk jangka waktu tertentu mengenai isi konten yang akan di-*upload* ke *social media*. Selama dalam masa kerja magang, penulis diberikan tugas dalam membuat *social media content* pada *Instagram*. Pada kategori ini, tugas yang dilakukan penulis meliputi membuat *editorial plan* Puspita Martha dan Cipta Busana Martha Tilaar (CBMT) setiap 2 (dua) minggu sekali, membuat *wording* untuk postingan *Instagram*, dan melakukan *update Instagram story* mengenai *daily activity* di kelas. *Content* pada *editorial plan* tersebut dibuat dalam bentuk *Power Point* yang berisikan tema, beberapa foto yang sesuai dengan tema, serta *wording*, yang kemudian diserahkan kepada pembimbing sebagai pihak yang memberi tugas untuk melakukan pengecekan. Tema dalam *editorial plan* yang dibuat oleh penulis antara lain mengenai program, promo, *event*, *tips*, *trend*, *quotes*, *fun polling*, dan lain sebagainya. *Social Media Content* ini dapat dihubungkan dengan *Social Media Marketing*, karena penulis perlu membuat konten yang menarik dan interaktif untuk *Instagram* perusahaan yang nantinya menarik pertanyaan dan perhatian publik untuk tahu lebih lanjut mengenai Puspita Martha melalui *Direct Message* pada *Instagram*. Pertanyaan yang diajukan tersebut nantinya akan digiring oleh penulis untuk



masuk ke dalam rekapitulasi data yang dapat terhubung langsung kepada tim *sales* dengan cara menginput data diri penanya. Berdasar dari data yang penulis input, tim *sales* akan menghubungi kembali untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Penulis juga masuk ke setiap kelas di Puspita Martha untuk meliput segala kegiatan belajar para siswa di tiap program dalam bentuk foto maupun video yang nantinya akan di *update* pada *Instagram Story* dengan *caption* yang menarik. Walaupun aktivitas ini terlihat mudah, penerapan *social media marketing* tidaklah sederhana. Menurut Liana Evans (2010, h.8), *social media marketing* memerlukan riset, strategi, implementasi, jaringan, percakapan, serta pengukuran keberhasilan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan *awareness* publik serta meningkatkan penjualan dan siswa ajar Puspita Martha. Fikri Rasyid (2009) menjelaskan bahwa, *Social Media Marketing* adalah salah satu bentuk marketing yang menggunakan media sosial untuk memasarkan suatu produk, jasa, *brand* atau isu dengan memanfaatkan khalayak yang berpartisipasi di media sosial tersebut. Sedangkan menurut Kotler & Armstrong (2012, h.141), jaringan Media Sosial ini merupakan bentuk baru dari dialog antara “*consumer-to-consumer*” dan “*business-to-consumer*” yang memiliki implikasi besar terhadap pemasar.

Menurut Gurnelius (2011 p.15), terdapat 5 (lima) tujuan paling umum dari *Social Media Marketing*, yaitu:

1. *Relationship Building*

Manfaat utama dari *Social Media Marketing* adalah kemampuan untuk membangun hubungan dengan konsumen yang terlibat secara aktif, teman sebaya, dan yang lainnya.

2. *Brand Building*

Percakapan dalam *Social Media* adalah langkah awal yang sempurna untuk meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan *brand recognition* dan *recall*, serta meningkatkan *brand loyalty*.

3. *Publicity*

*Social Media Marketing* menyediakan tempat dimana perusahaan dapat berbagi informasi dengan konsumennya.

#### 4. *Promotion*

Melalui *Social Media Marketing*, perusahaan dapat memberikan diskon eksklusif dan kesempatan bagi *audience* untuk membuat mereka merasa dihargai dan khusus, serta untuk memenuhi tujuan jangka pendek.

#### 5. *Market Reseach*

Media sosial dapat digunakan untuk mempelajari perilaku konsumen, kebutuhan, keinginan konsumen, dan mempelajari kompetitor.

Berdasarkan penjelasan diatas, Puspita Martha International Beauty School menggunakan dan memanfaatkan *Social Media* khususnya *Instagram* untuk menarik perhatian publik, meningkatkan *awareness*, dan meningkatkan penjualan serta siswa ajar. Aktivitas ini membawa penulis untuk membuat, mengelola, serta memonitor *Social Media* Puspita Martha maupun Cipta Busana Martha Tilaar secara rutin, serta membangun hubungan serta interaksi antara perusahaan dengan *customer* yang dalam hal ini pengikut *Instagram* Puspita Martha.

Menurut Joseph (2011, p.27), dalam media sosial terdapat 3 (tiga) aktivitas yang dapat dilakukan, diantaranya :

##### a. *Social Media Maintenance*

Merawat *social media* dengan melakukan posting secara rutin di dalam *social media*, misalnya *Instagram*, *Facebook* atau *Twitter*. Melakukan interaksi dengan membalas komentar dari anggota. Dalam hal ini harus ada tim kecil yang bertanggung jawab dalam melakukan posting rutin dan menghapus komentar yang kurang baik. Dalam pelaksanaan pada praktik kerja magang, penulis juga melakukan *Social Media Maintenance* dengan membuat *editorial plan* beserta *wording* untuk di *update* pada *Instagram story* maupun *post* setiap harinya. Selain itu, penulis juga bertugas untuk membalas *Direct Message* di *Instagram* dan membuat rekapitulasi data yang terhubung dengan tim *sales*. Penulis juga bertugas untuk membalas komentar pada setiap postingan di *Instagram*.

##### b. *Social Media Endorsement*

Mencari *public figure* yang memiliki penggemar yang sangat banyak dan memberikan dukungan terhadap *social media* yang dimiliki perusahaan.

Dalam memilih *endorsers* harus disesuaikan bidangnya dengan produk perusahaan. Tidak hanya konten mengenai *daily activity* di kelas, program belajar, dan kegiatan cabang, penulis juga seringkali membuat konten yang berhubungan dengan *public figure* atau tokoh yang dianggap berpengaruh, seperti pada postingan mengenai *Live demo makeup* di *Instagram* dengan Sindy Gothic yang merupakan salah satu *Makeup Artist* pada saat perayaan *Halloween*. Selain itu juga pada postingan yang menunjukkan beberapa *public figure* maupun tokoh yang memperlihatkan hasil *makeup* dan *hairdo* karya siswa atau trainer Puspita Martha, seperti Tika Bravani, Miss Indonesia, Miss Earth Indonesia, para Presenter Metro TV, Yura Yunita, dan lain-lain. Hal ini dilakukan tak lain untuk meningkatkan *awareness* publik terhadap Puspita Martha agar tertarik dan ingin tahu lebih dalam mengenai Puspita Martha.

c. *Social Media Activation*

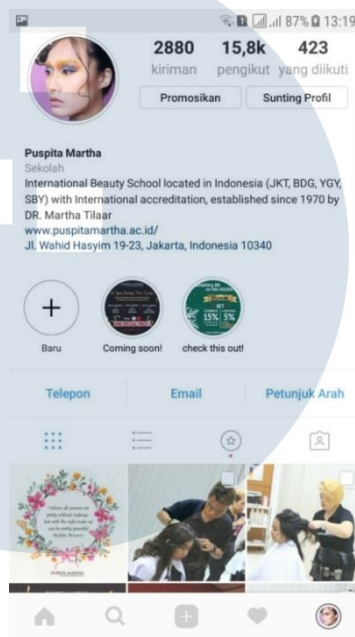
Membuat kegiatan yang unik, sehingga dapat menciptakan *Word of Mouth* (WoM). WoM akan meningkatkan perhatian terhadap produk perusahaan secara signifikan. Dalam hal ini, penulis pun seringkali membuat konten diluar konten mengenai program, dan *daily activity*. Dalam pembuatan konten, penulis juga menyelipkan beberapa konten menarik dan persuasif lain mengenai tips, tren, *fun polling*, *quotes*, *demo makeup*, seminar, *exam on stage*, dan lain-lain.

Dalam proses pembuatan konten *Social Media*, penulis perlu melewati beberapa tahapan, yaitu penulis diberikan perintah awal dari pembimbing untuk membuat *editorial plan* untuk 2 (dua) minggu kedepan. Dari perintah tersebut, penulis membuat *editorial plan* yang berupa tema konten beserta *wording* untuk di posting setiap harinya di *Instagram*. Setelah itu, penulis perlu berkoordinasi dengan fotografer untuk meminta beberapa dokumentasi berupa foto maupun video sesuai dengan tema konten dalam *editorial plan* yang sudah dibuat. Setelah siap, penulis mengirimkan *editorial plan* tersebut kepada pembimbing dan rekan tim melalui *email*. Penulis akan mendapatkan balasan dari pembimbing mengenai *editorial plan* yang telah dikirimkan sebelumnya. Dari balasan tersebut, pembimbing akan memberikan tanda pada konten yang dirasa aman untuk di posting, dan

memberikan revisi pada konten atau *wording* yang dirasa kurang. Berdasarkan *editorial plan* yang sudah di revisi tersebut, penulis siap untuk memposting konten setiap harinya. Diluar konten dalam *editorial plan*, terkadang penulis diminta untuk membuat *wording* secara langsung pada saat ada kegiatan baru, seperti ujian, kunjungan, *event*, dan lain-lain.

**Gambar 3.1**

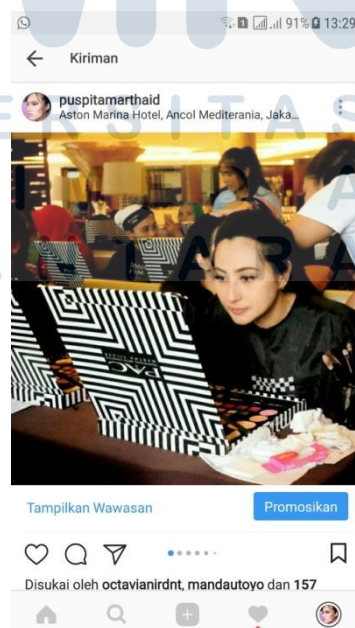
**Instagram Puspita Martha**



Diambil pada tanggal 18 Desember 2017

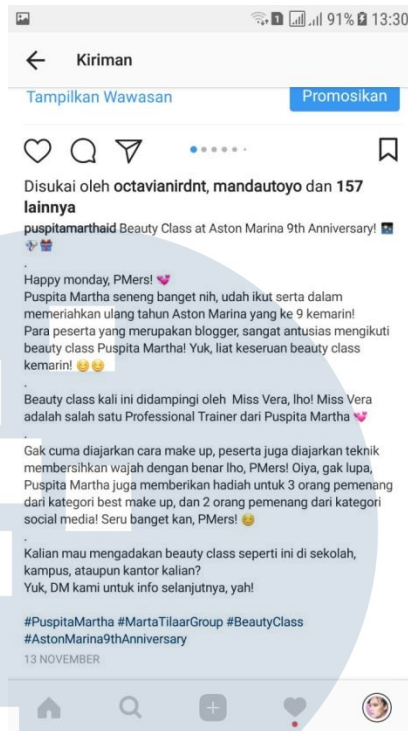
**Gambar 3.2**

**Contoh Konten Instagram Post**



Gambar 3.3

Contoh *Wording* pada Konten



3.3.2 *Customer Relationship Management*

Dalam upaya mencapai suatu tujuan, perusahaan juga perlu membangun hubungan baik dengan para *stakeholdernya*, seperti pelanggan, konsumen, serta publik internal maupun eksternal. Dengan terjalinnya hubungan yang baik antara perusahaan dengan *stakeholder*, dalam hal ini dengan pelanggan, dapat berdampak pada pertumbuhan serta kelangsungan bisnis perusahaan. *Customer Relationship Management* dapat menjadi salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat membangun maupun menjaga hubungan baik dengan para *stakeholdernya* sehingga dapat terciptanya loyalitas terhadap perusahaan. Seperti pada pernyataan Kotler (2003), bahwa *Customer Relationship Management* merupakan strategi dan usaha untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. *Customer Relationship Management* mendukung suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara *real time* dengan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan yang berharga melalui penggunaan

informasi tentang pelanggan. Berdasarkan apa yang diketahui dari pelanggan, perusahaan dapat membuat variasi penawaran, pelayanan, program, pesan dan media.

Menurut Smith dan Zook (2011, p63), pada dasarnya, suatu perusahaan menjalankan strategi *Customer Relationship Management* bertujuan untuk :

1. Menciptakan nilai baru dan kesetiaan

Hubungan pelanggan yang baik melalui kemampuan perusahaan untuk merespon kebutuhan *customer*. Hubungan baik juga membantu untuk mempunyai pelanggan baru, karena pelanggan yang senang berbicara tentang layanan perusahaan kepada orang lain, dan bahkan dapat merekrut pelanggan baru.

2. Memperkuat merek

Hubungan kuat menciptakan merek yang lebih kuat. Hal tersebut dapat memaksimalkan loyalitas pelanggan, yang secara efektif dapat mempertahankan pelanggan, melindungi pelanggan dari serangan pesaing di dalam pasar

3. Meningkatkan keuntungan

Lebih menguntungkan menjual kepada pelanggan perusahaan daripada pelanggan baru. Menjaga pelanggan senang dapat meningkatkan keuntungan.

Selama menjalankan praktik kerja magang, penulis bertugas untuk menjalankan strategi *Customer Relationship Management* Puspita Martha melalui *Direct Message* di *Instagram*. Kegiatan ini penulis lakukan setiap harinya dengan menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh para *customer* baik mengenai program di Puspita Martha, lokasi, maupun saluran untuk kerjasama. Dalam membalas *Direct Message* tersebut, penulis perlu meminta data *customer* yang diperlukan untuk di rekapitulasi dalam *data base*. Penulis juga diberikan *SOP* yang telah ditentukan oleh *Marketing Communication Manager* dalam membalas *Direct Message* tersebut, seperti cara menanyakan perihal data *customer*, cara untuk menggiring *customer* untuk mengisi *Frequently Asked Questions* (FAQs) dalam *website* Puspita Martha mengenai pertanyaan yang diajukan, dan lain sebagainya. Setelah



penulis menjawab pertanyaan yang diajukan *customer*, penulis perlu melakukan rekapitulasi data *customer* dalam *data base* yang dapat terhubung, dilihat, dan diakses langsung oleh *Marketing Communication Manager*, *Sales Manager*, serta Tim *Sales* Puspita Martha. Berdasarkan data *customer* yang di rekap oleh penulis, tim *sales* dapat menggunakan data tersebut untuk menghubungi secara langsung melalui telepon maupun *email* mengenai informasi terkini dari Puspita Martha, biaya dari program Puspita Martha, mengirimkan promo, dan lain-lain. *Data base* tersebut juga digunakan untuk melihat seberapa banyak *customer* dari pengikut *Instagram* Puspita Martha yang bertanya setiap harinya.

### **3.3.3 Kegiatan Tambahan Lain**

Selama menjalani program magang di Puspita Martha International Beauty School, tidak hanya bertugas untuk mengelola *social media*, tetapi penulis juga berkesempatan untuk terlibat dalam beberapa pelaksanaan *event* yang diselenggarakan oleh internal perusahaan maupun eksternal, diantaranya *Cosmobeaute 2017*, *Talent Night UMN*, *Beautypreneurship Seminar*, *9th Aston Anniversary*, dan *beauty class* dalam program *School to School (STS)*. Pada beberapa kegiatan ini, penulis ditempatkan dan berperan sebagai *social media team* yang bertugas untuk meliput situasi sebelum dan selama pelaksanaan berlangsung untuk keperluan materi di *Instagram*.

Menurut Goldblatt dalam bukunya *Special Event, Twenty First Century Global Event management* (2008) kegiatan-kegiatan tersebut tidak dapat dilepaskan dari kegiatan *Marketing Communication* di perusahaan, terutama dalam kegiatan-kegiatan *below the line*. Pada mulanya, semua kegiatan perusahaan terutama yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan baik internal (seperti: *training* untuk karyawan, *family/employee gathering*, pertemuan, dll) maupun eksternal (pameran, kegiatan dengan *sponsorship*, seminar, *product launching*, dll) secara langsung dilaksanakan oleh PR atau *Marketing Communication Division*.

Dalam pelaksanaan beberapa kegiatan lain yang berupa *event* ini, penulis dipercaya dan ditugaskan untuk meliput situasi *on stage* maupun *backstage* pada saat berlangsungnya *event* tersebut, serta ikut terlibat dalam

pertemuan rapat dengan pihak internal dan eksternal perusahaan yang diadakan sebelum *event* berlangsung. Beberapa tugas yang dikerjakan oleh penulis dijabarkan sebagai berikut :

#### 1. *Cosmobeaute 2017*

*Cosmobeaute* merupakan *beauty event* terbesar di Indonesia yang diadakan setiap tahunnya. Pada tahun ini, Puspita Martha kembali ikut serta dalam pelaksanaan *Cosmobeaute* yang diadakan pada tanggal 12-14 Oktober 2017 di Jakarta Convention Center. Pada pelaksanaan tahun ini, Puspita Martha mengangkat tema besar yaitu *Indonesian Beauty Tribes* dan mengisi 3 (tiga) *show* pada *main stage* dan *mini stage*. *Show* pertama dilaksanakan di *main stage* pada tanggal 13 Oktober pagi hari dengan mengangkat tema “*Beautifying Globally Hair and Make Up Show*”. Pada *show* ini, para *trainer* dari bidang *makeup*, dan *hairdressing* Puspita Martha menampilkan hasil karya mereka pada model yang berjalan pada *runway main stage*. Di hari yang sama, *show* kedua dilaksanakan pada *mini stage* *Cosmobeaute*. Pada *show* kedua ini, para siswa dan alumni *School of Photographic and Fashion Make Up* Puspita Martha menampilkan demo *makeup* dan *hairdo* pada model. *Show* terakhir dilaksanakan pada tanggal 14 Oktober 2017 pada *mini round stage* dengan menampilkan demo *hair styling* oleh siswa dari *Pivot Point International Diploma* Puspita Martha.

Sebelum pelaksanaan *Cosmobeaute 2017* diselenggarakan, penulis diberi kesempatan untuk ikut serta dalam rapat harian hingga *event* dilaksanakan. Dalam rangkaian pelaksanaan *Cosmobeaute 2017*, penulis berperan sebagai *social media team* yang ditugaskan untuk meliput situasi pada *main stage*, *mini stage*, *backstage*, serta *booth* Puspita Martha untuk keperluan materi *Instagram story* dan *post*. Penulis juga bertugas untuk melakukan *update* berupa *live* pada *Instagram* dengan menunjukkan setiap momen penting dalam acara tersebut.

#### 2. *Talent Night UMN*

Pada acara *Talent Night* yang diadakan pada tanggal 28 Oktober 2017 di Universitas Multimedia Nusantara, penulis bertugas untuk membantu mempersiapkan kebutuhan para PKL dan *trainer* yang akan melakukan

*makeup* dan *hair styling* para finalis Mr & Miss UMN. Selain itu, penulis juga membantu berkoordinasi dengan pihak penyelenggara, dan tentunya juga berperan sebagai *social media team* dengan meliput situasi *backstage* untuk keperluan materi *Instagram story* dan *post*.

### 3. *Beautypreneurship* Seminar

*Beautypreneurship* Seminar dilaksanakan pada tanggal 8 November 2017 di Universitas Multimedia Nusantara. Seminar ini mengangkat tema *Entrepreneur in beauty, fashion, & lifestyle* dengan Ibu Wulan Tilaar sebagai pembicara. Pada seminar ini, penulis ditugaskan menjadi operator selama Ibu Wulan Tilaar menyampaikan materi, dan penulis bersama rekan *Social Media Intern* juga bertugas dalam meliput situasi selama seminar berlangsung.

### 4. *9th Aston Anniversary*

Pada *event 9th Aston Anniversary* waktu lalu, penulis diberi kesempatan untuk ikut serta dalam pelaksanaan *beauty class* di Hotel Aston. Penulis bertugas untuk membantu mempersiapkan segala kebutuhan *beauty class* dan berkoordinasi dengan pihak penyelenggara. Selain itu, pada saat presentasi dimulai penulis bertugas sebagai operator selama pembicara menyampaikan materi. Penulis yang berperan sebagai *social media team* juga bertanggung jawab dalam meliput situasi *beauty class* untuk selanjutnya di *update* pada *Instagram story* dan *post*.

### 5. *Beauty Class* dalam program *School to School*

Dalam upaya meningkatkan *awareness* pada masyarakat khususnya target Puspita Martha yang berada di kalangan pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, dan *makeup artist*, Puspita Martha mengadakan program *School to School*. Program ini dilaksanakan agar dapat lebih mudah menjangkau target untuk menarik perhatian mereka terhadap Puspita Martha. Selama penulis melaksanakan praktik kerja magang, penulis sudah ikut serta dalam penyelenggaraan *beauty class* program ini di beberapa lokasi, diantaranya SMAS Strada, SMAS Theresia, SMAS Don Bosco 2, dan lain-lain. Dalam pelaksanaan *beauty class*, penulis bertugas untuk membantu mempersiapkan kebutuhan *beauty class*, menjadi

operator, serta meliputi situasi *beauty class* untuk di *update* pada *Instagram story* dan *post*.

### **3.3.4 Kegiatan Tahunan**

Seperti halnya pada perusahaan lain, Puspita Martha International Beauty School juga menyelenggarakan kegiatan yang dilakukan tiap tahunnya, seperti Rapat Koordinasi (RAKOR) tahunan. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Puspita Martha pada tanggal 18 Desember hingga 20 Desember 2017 di Martha Tilaar Learning Center. Penulis berkesempatan untuk ikut serta dalam kegiatan ini dan menjadi perwakilan dari *Social Media team Intern*. Pada saat Rapat Koordinasi berlangsung, penulis ikut serta dalam proses diskusi yang berbicara mengenai perencanaan sistem maupun program yang akan dijalankan Puspita Martha dalam satu tahun kedepan, seperti perubahan sistem ujian pada seluruh divisi program, teknis dan penilaian ujian, kalender akademik, perancangan *website* baru, dan lain-lain. Dalam rapat ini, penulis diikutsertakan dalam proses perencanaan maupun *brain storming* dengan tim lain, seperti *President BOD*, Sekretaris, *Marketing Communication Manager*, *Sales Manager*, para Kabid, tim *sales*, dan rekan *intern* lain.

## **3.4 Kendala dan Solusi Proses Kerja Magang**

### **3.4.1 Kendala yang dihadapi**

Selama melaksanakan praktik kerja magang di Puspita Martha International Beauty School, penulis mengalami beberapa kendala dalam proses melakukan aktivitas *Social Media*. Kendala tersebut antara lain :

1. Pada saat penulis mulai bergabung, Puspita Martha hanya memiliki 3 (tiga) orang peserta magang pada divisi *Social Media* termasuk penulis didalamnya, dan beberapa waktu kemudian 1 (satu) orang yang menjadi *designer grafis social media* telah selesai dari masa kerja magangnya. Keterbatasan tim ini seringkali membuat pengerjaan materi menjadi sedikit terhambat karena menumpuknya pekerjaan.
2. Terjadinya proses yang lamban pada rekapitulasi data *Direct Message Instagram*. Rekapitulasi data tersebut dilakukan guna menghubungkan

*customer* dengan tim *sales* untuk selanjutnya dihubungi kembali memberikan informasi lengkap sesuai dengan yang dibutuhkan atau ditanyakan melalui *Direct Message Instagram*. Namun, saat penulis sudah mengisi rekapitulasi data *Direct Message Instagram* di hari yang sama, tim *sales* terkadang tidak langsung menindaklanjuti data yang telah diberikan penulis, sehingga *customer* kembali mengirimkan pesan kepada penulis melalui *Direct Message* bahwa mereka belum merasa dihubungi dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

3. Dalam proses pembuatan *editorial plan*, penulis seringkali mengalami *miss communication*, lambatnya informasi dan penerimaan dokumentasi, terlambat atau melewatkan konten, dan lain-lain. Hal ini dikarenakan penulis perlu berkoordinasi dengan beberapa pihak dalam pembuatan konten tersebut, seperti di setiap *editorial plan* atau pada saat ingin *me-update* konten dadakan, penulis memerlukan beberapa dokumentasi berupa foto maupun video dari fotografer, namun seringkali fotografer tersebut lamban dalam memberikan dokumentasi sehingga pengiriman *editorial plan* dan proses memposting pun menjadi terhambat. Terkadang pembimbing penulis juga lupa akan *editorial plan* atau konten yang seharusnya di *update*, sehingga tidak jarang terdapat hari yang terlewat dan tidak memposting apapun.
4. Pada saat penulis mulai bergabung, teknik penulisan atau *wording* pada *Instagram story* maupun *post* cenderung terkesan baku, diulang, dan kurang interaktif. Seringkali penulis merasa kebingungan dan perlu mencari kalimat alternatif lain agar dapat membuat *wording* menarik untuk aktivitas yang sama dengan penulisan yang berbeda-beda.

### **3.4.2 Solusi atas kendala yang dihadapi**

Berdasarkan kendala yang telah penulis jabarkan diatas, berikut adalah solusi yang penulis lakukan untuk mengatasi kendala-kendala tersebut :

1. Dalam mengatasi menumpuknya pekerjaan terlebih saat *designer grafis intern* keluar, penulis dan rekan satu tim mencoba menyelesaikannya dengan saling membantu dan mencoba mendesain sendiri konten yang perlu di desain sebelum diposting.
2. Keterlambatan pemberian informasi oleh tim *sales*, membuat penulis menyadari kurangnya komunikasi dan kesadaran sehingga penulis melakukan pembicaraan kepada tim *sales* mengenai masalah tersebut. Setelah komunikasi tersebut, pemberian informasi oleh tim *sales* kepada *customer* menjadi lebih cepat dan tepat waktu.
3. Penulis menjadi lebih sering untuk terus mengingatkan kepada pembimbing untuk mengecek pengerjaan *editorial plan* maupun *wording* yang telah penulis buat, dan juga kepada fotografer untuk segera memberikan dokumentasi yang diperlukan agar tidak terlewat.
4. Menghindari penulisan *caption* atau *wording* yang membosankan, baku, dan diulang, penulis berniniasatif mencari tau banyak referensi atau inspirasi dari internet mengenai *wording* yang menarik dan banyak disukai orang terlebih dalam industri kecantikan. Inspirasi ini digunakan penulis untuk membuka pemikiran yang lebih luas dan kreatif untuk membuat *wording* yang menarik dan lebih interaktif.

