



### **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 pelaksanaan praktek kerja magang, tugas-tugas langsung diberikan oleh Bapak Direktur Utama Christopher Sebastian, sementara koordinasi mengenai tugas langsung kepada Ibu Hellen Santoso selaku *Public Relations* PT Makko Raya Cemerlang. Kehadiran dalam kegiatan internal seperti seperti *briefing* dengan anggota lainnya adalah wajib. Tanggung jawab utama selama *internship* adalah membantu merumuskan kegiatan – kegiatan strategis *Online Public Relations* yang dapat meningkatkan penjualan.

Kedudukan selama berada di PT Makko Raya Cemerlang yakni sebagai Sales Executive. Posisi tersebut diberikan perusahaan untuk mempermudah dalam melakukan *online marketing* namun kegiatan magang lebih berfokus pada *Online Public Relations*.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani praktek kerja magang tugas yang dilakukan meliputi *online marketing, Google AdWords, SEO Google, dan social media.*

| No. | Job Desk       | April 2013 |          | Mei 2013 |          |          |          | Juni 2013 |          |          |          | Juli 2013 |          |
|-----|----------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|----------|----------|----------|-----------|----------|
|     |                | Minggu 3   | Minggu 4 | Minggu 1 | Minggu 2 | Minggu 3 | Minggu 4 | Minggu 1  | Minggu 2 | Minggu 3 | Minggu 4 | Minggu 1  | Minggu 2 |
| 1   | Google AdWords |            |          |          |          |          |          |           |          |          |          |           |          |
| 2   | Online Selling |            |          |          |          |          |          |           |          |          |          |           |          |
| 3   | SEO Google     |            |          |          |          |          |          |           |          |          |          |           |          |
| 4   | Social Media   |            |          |          |          |          |          |           |          |          |          |           |          |

**Tabel 2**

**Job Desk**

Keterangan



: Dilakukan



: Tidak Dilakukan

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

##### 3.3.1.1 Online Marketing

*Online marketing is the art and science of leveraging the internet to get your message across so that you can move people to take action. (Shama, 2012: 2). Online marketing adalah sistem pemasaran yang menggunakan*

media internet sebagai alat dalam aktivitas marketnya dengan menggunakan *online marketing* diharapkan pesan kepada *target market campaign* yang dilakukan dengan pendekatan secara efektif dan efisien akan tercapai.

Menurut Chaffey (2008, 339) istilah *internet marketing* cenderung mengacu pada eksternal perspektif tentang bagaimana internet dapat digunakan bersama-sama dengan media tradisional mendapatkan dan memberikan layanan kepada pelanggan.

Sementara menurut Mohammed et. al (2003, 96-97) dalam bukunya *Internet Marketing : Building advantage in a networked economy* mengatakan bahwa pengaruh *internet marketing* terhadap strategi pemasaran perusahaan ada empat, yakni :

1. Peningkatan segmentasi

Dengan adanya *internet* segmentasi pasar semakin luas. Karena jangkauan pemasaran semakin luas. *Internet* tidak membatasi luasnya jangkauan pemasaran karena seluruh konsumen di seluruh dunia dapat mengaksesnya dengan mudah.

2. Mengembangkan strategi lebih cepat dalam *cycle time*

Dengan adanya alur perputaran waktu yang lebih cepat dan mudah maka strategi pemasaran dapat dengan lebih cepat pula dikembangkan.

3. Peningkatan pertanggung jawaban dari usaha pemasaran

Informasi yang dapat diperoleh dengan cepat dan mudah dapat meningkatkan strategi perusahaan untuk dapat lebih meningkat. Sehingga pemasaran dapat dilakukan dengan lebih transparan.

#### 4. Peningkatan integrasi strategi pemasaran dengan strategi operasional

Adanya integrasi antara strategi pemasaran perusahaan dan strategi pemasaran melalui *internet* akan meningkatkan strategi bisnis dan strategi operasional.

Selama praktek kerja magang, lewat *online marketing* melalui [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) berhasil memasang 5 kaca film MASTERPIECE untuk mobil. Dalam praktek *online marketing* bekerja sama dengan Kabuki Auto Shop di Pusat Onderdil BSD Autoparts Blok F/11, Tangerang sebagai *workshop* untuk mengerjakan pemasangan selain pemasangan di rumah konsumen.



**Gambar 5**

#### **Name Card**

Kabuki Auto Shop adalah workshop yang berdiri dengan sponsor dari MASTERPIECE window films. Terletak di Pusat Onderdil BSD Autoparts Blok F/11, Tangerang. Dengan No telpon kantor 021-70180080.



**Gambar 6**

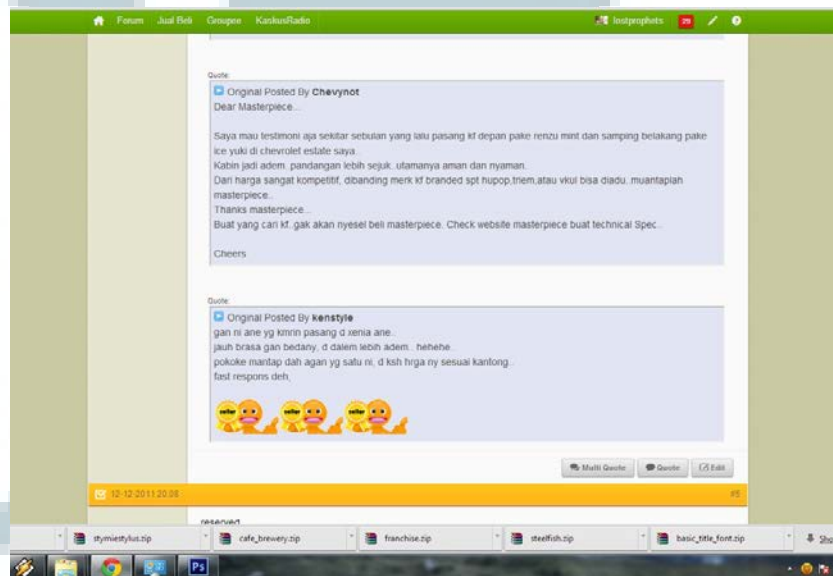
**Pricelist MASTERPIECE window film**

Untuk mempermudah dalam melakukan *online marketing*, diberikan buku pricelist untuk mempermudah dalam memberikan harga terbaik untuk kaca film MASTERPIECE. Didalam buku tersebut terdapat lengkap seluruh jenis mobil serta harga untuk pemasangan kaca film sebagian maupun full.

Berikut komentar konsumen yang berhasil didapatkan dari *online marketing*:



**Gambar 7**  
**Komentar konsumen 1**



**Gambar 8**  
**Komentar Konsumen 2**

### 3.3.1.2 Google AdWords

Iklan merupakan komunikasi pemasaran yang didesain khusus untuk pelanggan antar bisnis maupun pemakai akhir dimana bentuk iklan ini dibiayai oleh sponsor tertentu. Kekuatan iklan dan fungsinya yang serbaguna dapat memberikan beragam kreativitas yang dapat diimplementasikan melalui penglihatan, suara, atau bahkan penciuman. Iklan merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan menjangkau setiap lapisan atau anggota masyarakat. Iklan bisa membantu mencapai hampir semua sasaran komunikasi karena iklan merupakan sarana ampuh untuk membangun kesadaran konsumen.

Perkembangan teknologi membuat bentuk komunikasi pemasaran di internet juga berkembang sangat pesat. Iklan dapat diartikan sebagai media promosi satu arah yang disalurkan dengan membeli tempat dan waktu di media massa. Ketika mendefinisikan iklan untuk media *online*, tolok ukurnya pastilah jumlah audiens seperti di media massa. Bentuk iklan online sangat beragam, mulai dari pemasangan banner di *website*, e-mail promosi, interstitials (iklan yang biasa muncul di *window* baru saat seseorang sedang mengunduh sebuah konten di *website*), *rich media*, podcasting, RSS, Blog, ataupun pemasangan informasi dan link di mesin pencari.



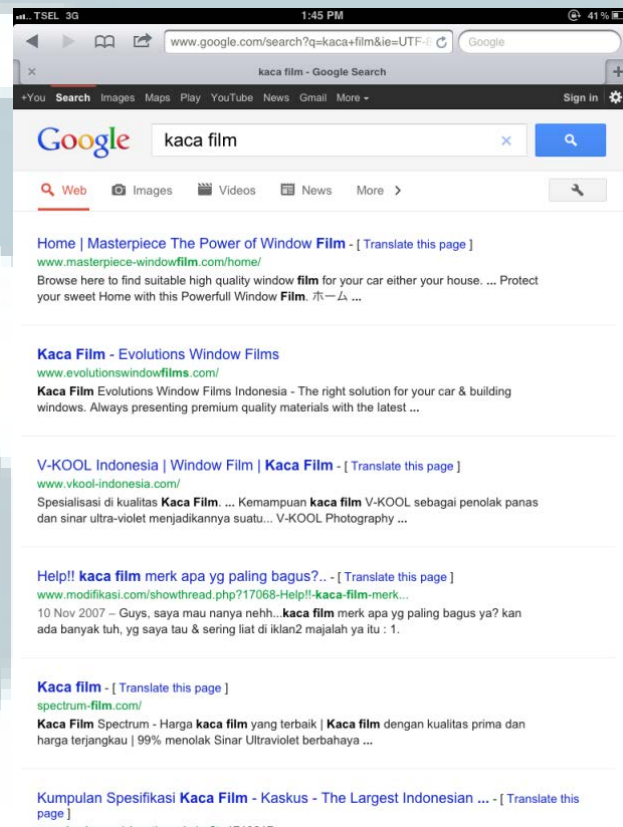
Google advertising menjadi solusi yang tepat untuk meningkatkan traffic website MASTERPIECE yang masih tergolong baru. *Google's ads are gifts, solutions, answers to questions that people are expressly looking for.* (Goodman, 2009: xvii).

Google AdWords merupakan layanan iklan berbayar sistem per klik (PPC/Pay Per Click). Google AdWords merupakan rangkaian dari proses SEO website [www.masterpiece-windowfilm.com](http://www.masterpiece-windowfilm.com) untuk mendatangkan pengunjung. Proses Google AdWords sendiri berlangsung mulai dari tanggal 1 Maret 2013 – 29 Maret 2013.

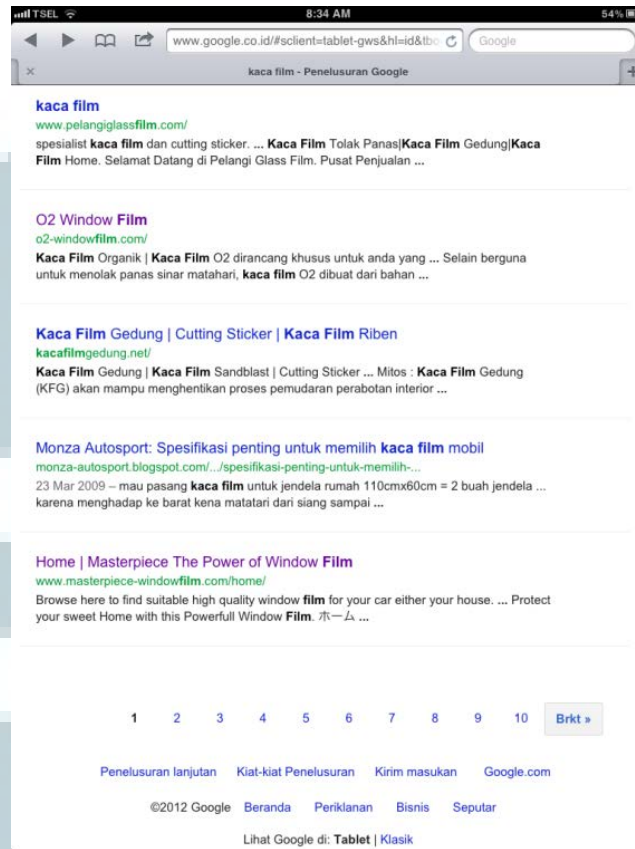
### **3.3.1.3 SEO Google**

*Search Engine Optimization also known as SEO, is the process of improving the position and visibility of a website on search engines such as Google, Yahoo, and Bing. The most important reason to get higher rankings is that you will get more targeted leads and conversations, which in turn means you will get more people knocking on your doors to buy your products* (Shama, 2012: 29). SEO adalah teknik menaikkan sebuah ranking website atau blog hingga halaman 1 mesin pencari (seperti Yahoo, Bing, dan terutama Google) untuk kata kunci (keyword) yang diinginkan.

Untuk website resmi [www.masterpiece-windowfilm.com](http://www.masterpiece-windowfilm.com) dilakukan selama kurang lebih 3 bulan mulai dari tanggal 1 Mei 2013 setelah Debits untuk Google AdWords habis dan [www.masterpiece-windowfilm.com](http://www.masterpiece-windowfilm.com) tidak lagi berada di page 1 Google. Pada awal bulan Juni website resmi MASTERPIECE sempat menempati urutan 1 untuk hasil pencarian kaca film pada Google. Namun karena kondisi yang belum stabil website resmi MASTERPIECE masih dalam proses pengerjaan untuk tetap berada di page 1 Google.



**Gambar 9**  
**Hasil SEO Google 1 Juni**



**Gambar 10**  
**Hasil SEO Google 15 Juni**

### 3.3.1.4 Social Media

Dewasa ini *social media* adalah bagian yang tidak terlepas ketika konsumen mencari informasi tentang suatu produk. Oleh karena itu, penggunaan *social media* sebagai sumber informasi harus lebih efektif. Selain itu, penggunaan *social media* sebagai salah satu sarana untuk

memperkenalkan MASTERPIECE window film kepada masyarakat. *Social media* yang dipilih adalah facebook, twitter dan blog.

Pengelolaan *social media* yang dilakukan oleh *online public relations* secara rutin untuk mempermudah komunikasi dengan konsumen melalui berbagai social media. *According to multiple surveys & studies, between 49 and 90 percent of web users have made a purchase based on recommendations they received through a social media site. Yet roughly only 25 percent of businesses have a facebook page and many fewer use any other social media platforms. Marketers are missing out on a huge opportunity to connect with potential customers* (Shama, 2012: 49).



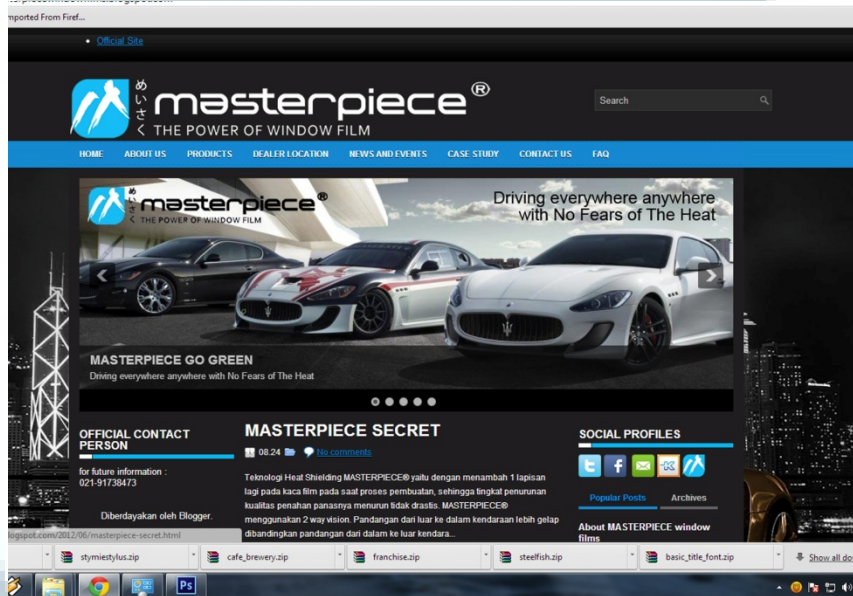
Gambar 11

## Facebook MASTERPIECE



Gambar 12

@masterpiecewf



Gambar 13

Masterpiecewindowfilms.blogspot.com

### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan kerja magang, kendala yang ditemukan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan tidak memberikan daftar pekerjaan yang perlu dilakukan dan *job description* yang tetap.
2. Kendala lain yang dihadapi adalah kesulitan dalam berkoordinasi dengan Direktur Utama karena perusahaan berorientasi pada hasil yang cepat (*hard selling*) dan kurang memahami seni dari *Online Public Relations*. Tuntutannya adalah untuk menjelaskan bahwa hasil dari kegiatan *Online Public Relations* terkadang tidak didapatkan secara langsung dan cepat (*soft selling*).

### 3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Langkah untuk mengatasi perbedaan perspektif dalam memandang kegiatan *Online Public Relations* adalah dengan mengadakan *brainstorming* dan memberikan contoh – contoh, serta ilustrasi kepada Direktur Utama tentang kegiatan – kegiatan *Online Public Relations* yang telah dilakukan oleh perusahaan lain dan hasilnya yang memberikan dampak positif. Hal ini dilakukan agar Direktur Utama lebih memahami pentingnya peran *Online Public Relations*.