



### **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 kerja magang penulis ditempatkan dalam divisi Social Media Strategist, dibawah bimbingan Nina Patrisia selaku Manager of Social Media Strategist Team. Tugas yang penulis kerjakan seluruhnya terkait dengan implementasi penggunaan social media. Meliputi pembuatan posting plan bagi akun-akun produk dari klien terkait, menulis artikel sebagai konten website dan blog dari produk klien.

Selain itu penulis juga melakukan analisis aplikasi dan konten sosial media dari produk kompetitor klien, sebagai bahan perbandingan dan pembelajaran untuk pengembangan materi sosial media berikutnya. Penulis juga ikut serta dalam setiap event yang diselenggarakan oleh klien maupun oleh Arwuda yang berkaitan dengan sosial media.

Dalam prakteknya penulis mendapat komando kerja bukan hanya dari mentor namun juga segenap anggota tim social media strategist. Selama kerja magang penulis diberikan kepercayaan untuk mempersiapkan dan menyusun konten sosial media bagi produk Vitazone, Roma Sari Gandum, ATM Bersama, Sweety Money, dan Asosiasi Aspertina sementara untuk posting real-time dan laporan bulanan wewenang berada pada *user* atau mentor yang memberi tugas.

### 3.2 Tugas Yang dilakukan

Tabel 3.1  
Jenis Pekerjaan Social Media Strategist

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
I	Membuat artikel untuk website Vitazone
	Melakukan analisis aplikasi sosial media Facebook (Marketing Campaign) produk Rumah Cantik Citra
	Melakukan analisis konten sosial media Bank Mandiri (Facebook dan Twitter)
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Facebook produk Vitazone
	Tim Sosial Media dalam Event ATM Bersama
II	Membuat artikel untuk website Vitazone
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Twitter produk Roma Sari Gandum
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Twitter Aspertina
	Melakukan wawancara untuk materi sosial media pada Sitkom garapan Multivision
III	Membuat artikel untuk website Vitazone
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Facebook produk ATM Bersama
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Twitter Aspertina
IV	Membuat artikel untuk website Vitazone
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Facebook dan Twitter produk ATM Bersama
	Menyunting presentasi untuk Politicawave
V	Membuat artikel untuk website Vitazone
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Twitter produk Roma Sari

	Gandum
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Facebook produk ATM Bersama
	Ikut serta dalam Event yang diadakan Multivision sebagai bagian <i>Social Media Team</i>
VI	Membuat artikel untuk website Vitazone
	Membuat artikel untuk blog Sweety Money
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Twitter produk ATM Bersama
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Facebook produk Roma Sari Gandum
VII	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Twitter produk Roma Sari Gandum
	Membuat artikel untuk website Vitazone
	Membuat artikel untuk blog Sweety Money
VIII	Membuat artikel untuk website Vitazone
	Membuat artikel untuk website ATM Bersama
	Melakukan analisis aplikasi sosial media Facebook (Marketing Campaign) “Garnier OMJ”
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Facebook untuk Aspertina
IX	Membuat artikel untuk website Vitazone
	Membuat artikel untuk website ATM Bersama
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Twitter untuk Aspertina
	Menyusun <i>posting plan</i> untuk sosial media Facebook produk Roma Sari Gandum
	Melakukan analisis aplikasi sosial media Facebook (CRM) “Girls Room Consultation” – Softex Indonesia

Tabel 3.2

## Timeline Aktivitas Social Media Strategist

Jenis Pekerjaan	Minggu ke-								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Artikel	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
<i>Posting Plan</i>	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
Analisis Aplikasi Sosial Media	Green							Green	Green
Analisis Konten Sosial Media	Blue								
<i>Social Media Event</i>	Orange				Orange				
Interview Narasumber		Cyan							
Penyuntingan Power Point untuk presentasi				Purple					

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Sesuai dengan peraturan perusahaan, penulis wajib menaati aturan yang berlaku. Penulis wajib berpakaian rapi dan sopan, datang tepat waktu, dan mengisi daftar hadir. Penulis juga wajib mengikuti dan menyelesaikan seluruh pekerjaan yang diberikan dengan tenggang waktu yang telah ditentukan.

Penulis berada dalam divisi Social Media Strategist, proses kerja yang dilakukan oleh divisi ini meliputi :

1. Melakukan riset mengenai produk/jasa dari calon klien beserta dengan kompetitornya.
2. Membuat proposal yang akan ditujukan kepada calon klien.
3. Tim divisi *Social Media Strategists* bersama dengan tim dari divisi *Client Service* melakukan *pitching* dengan calon klien untuk mempresentasikan proposal yang telah dibuat.

4. Apabila telah memegang sebuah proyek *social media* dari klien, maka selanjutnya akan dibuat kontrak mengenai apa saja tanggung jawab dan eksekusi yang akan dilakukan oleh PT Arwuda Indonesia terhadap klien, misalnya pembuatan *posting/content plan* untuk ditampilkan di *social media* milik klien, melakukan pembaharuan *website*, dsb.
5. Materi yang telah dibuat oleh tim divisi *Social Media Strategists*, sebelum di-*posting* terlebih dahulu dikirim ke klien untuk disetujui apakah sudah sesuai atau belum dengan kemauan klien.
6. Secara berkala, proses percakapan yang terjadi di *social media* haruslah dipantau dengan mendalam dan tim divisi *Social Media Strategists* diharuskan membuat laporan terkait evaluasi dari apa yang telah dilakukan.
7. Laporan tersebut diserahkan kepada klien sebagai panduan langkah apa yang akan dilakukan selanjutnya di dalam penanganan *social media* klien untuk mencapai tujuan dengan melakukan rapat bersama.

Dalam proses kerja magang penulis tidak dilibatkan dalam setiap prosesnya, dan memiliki kapasitas atau wewenang yang terbatas sesuai dengan aturan dan batasan yang ditetapkan oleh perusahaan. Berikut ini adalah uraian mengenai apa saja yang penulis kerjakan selama praktik kerja magang dengan periode 40 hari kerja di PT Arwuda Indonesia, divisi *Social Media Strategists*.

- Membuat Artikel

Menurut Haris Sumadiria dalam buku *Menulis Artikel dan Tajuk Rencana* (2004:1) mengatakan bahwa artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan kadang-kadang kontroversial dengan tujuan untuk memberi tahu (informatif), mempengaruhi, meyakinkan (persuasif argumentatif), dan menghibur khalayak pembaca.

Dalam hal ini penulis setiap harinya membuat konten bagi website berupa artikel-artikel informatif. Selama kerja magang penulis menyusun artikel untuk website Vitazone ,ATM Bersama, dan *Sweet Money*. Topik serta gaya penulisan disesuaikan dengan tujuan dan target market brand yang bersangkutan.

1. Vitazone : Artikel dibuat untuk mengisi kolom “Fresh & Fit” pada website [www.vitazone.com](http://www.vitazone.com). Konten meliputi informasi dan tips yang berkaitan dengan gaya hidup sehat, gaya penulisan tidak formal, dan menyebut pembaca dengan panggilan “Vitazoners”.



Gambar 3.1  
Kolom “Fresh & Fit” Website Vitazone

2. ATM Bersama : Artikel dibuat untuk mengisi kolom “Info & Tips” pada website [www.atmbersama.com](http://www.atmbersama.com) . Konten meliputi informasi dan tips yang berkaitan dengan keuangan, perbankan dan langkah aman bertransaksi.



Gambar 3.2  
Kolom “Tips & Info” Website ATM Bersama

- Sweety Money : Artikel yang dibuat untuk website meliputi informasi dan tips mengenai keuangan secara umum (kolom dana pribadi, dana keluarga, dan cakap bisnis)



Gambar 3.3  
Website Sweety Money

- Posting Plan**

Posting Plan atau disebut juga Content Plan merupakan susunan perencanaan konten social media yang akan diposting. Content Plan dapat dibuat dengan skala mingguan atau bulanan. Dalam strategi Digital PR Content Plan memiliki peranan penting karena tujuannya bukan lagi sekedar *hard selling* namun membangun engagement dan interaksi secara *real-time*. Berikut pengertian konten menurut Ann Haney dan David Chapman dalam buku “Content Rules” :

*Content refers to anything created and uploaded to a website and all of the things you create as part of those pages or all of the things you publish at outpost that are off of your own site - your facebook page, twitter, linkedin group page, for example- are forms of content (2012:6)*

*Posting/content plan yang baik haruslah yang substantif. Dengan adanya posting/content plan yang substantif, maka citra sebuah merek di social media semakin dihormati dan dihargai. Sebuah posting/content plan yang substantif perlu disusun dengan seksama, melibatkan berbagai riset dan sesi brainstorming untuk menentukan tone dan manner.*

Selama proses kerja magang penulis juga dipercaya untuk menyusun konten bagi sosial media Facebook dan Twitter untuk berbagai produk klien, antara lain Vitazone, Roma Sari Gandum, Aspertina (Asosiasi Peranakan Tionghoa Nusantara), ATM Bersama dengan akun sebagai berikut :



Tabel 3.3

Klien	Akun Fan Page (Facebook)	Akun Twitter
Vitazone	Vitazone	@VitazoneUpdate
Roma Sari Gandum	Roma Sari Gandum	@RomaSariGandum
Aspertina (Asosiasi Peranakan Tionghoa Nusantara)	Asosiasi Peranakan Tionghoa Nusantara	@Aspertina
ATM Bersama	ATM BERSAMA	@ATMBERSAMA

#### Akun Social Media Milik Klien

Dalam penulisan konten yang harus diperhatikan adalah bahwa pesan yang disampaikan haruslah dapat diterima dengan baik dan tepat sasaran sesuai dengan karakter target audience atau stakeholder dari perusahaan maupun brand itu sendiri. Berikut adalah karakteristik penulisan serta target market masing-masing klien dalam penyusunan *posting/content plan* untuk akun *Facebook (Fan Page)* dan *Twitter* :

##### 1. Vitazone

- Demografis : 17-25 tahun ; SES : A-C
- Geografis : Nasional, Indonesia
- Psikografis : Anak muda aktif, sosial, dekat dengan gaya hidup urban, berenergi, dan sehat.
- Karakter Penulisan : Bahasa boleh tidak baku, boleh menyebut merek Vitazone, memiliki kata sapaan 'Vitazoners'

##### 2. Roma Sari Gandum

- Demografis : 25-35 tahun ; SES : B-C
- Geografis : Nasional, Indonesia
- Psikografis : Ibu-ibu pembuat keputusan, *family oriented*
- Karakter Penulisan : Bahasa tidak terlalu baku, boleh menyebut merek Roma Sari Gandum, memiliki kata sapaan 'SarDum Lovers'

### 3. ATM Bersama

- Demografis : 21-40 tahun ; SES : A-B
- Geografis : Nasional, Indonesia dan Malaysia
- Psikografis : Pekerja urban, eksekutif muda
- Karakter Penulisan : Bahasa baku, boleh menyebut merek ATM Bersama, memiliki kata sapaan 'Rekan ATM Bersama'

### 4. Asosiasi Peranakan Tionghoa Indonesia

- Demografis : 20-50 tahun
- Geografis : Nasional, Indonesia
- Psikografis : Peduli dengan kebudayaan terutama budaya peranakan di Indonesia.
- Karakter Penulisan : Bahasa tidak terlalu baku

Dalam membuat *posting/content plan* untuk klien, baik *Facebook (Fan Page)* maupun *Twitter* isinya tidak boleh sembarangan, karena harus disesuaikan dengan apa yang sudah disepakati. Jika tidak ada materi khusus yang diberikan oleh klien, biasanya isi konten berupa informasi dan tips. Berikut ini adalah tema isi dari *posting/content plan* tiap klien:

1. Vitazone : *greetings* berupa sapaan selamat pagi/siang/sore/malam, informasi tentang trend terkini.
2. Roma Sari Gandum : *greetings* berupa sapaan selamat pagi/siang/sore/malam, informasi dan tips mengenai kesehatan.
3. ATM Bersama : informasi dan tips mengenai ATM, fitur-fitur yang disediakan.
4. Asosiasi Peranakan Tionghoa Indonesia : informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Cina dan Peranakan.

Dalam membuat *posting/content plan*, penulis mengambil materi dari internet dan juga dari bahan materi buku yang telah disediakan oleh pihak klien. Untuk *Facebook (Fan Page)*, dalam satu hari dibuat 3 (tiga) konten untuk pagi,

siang, dan malam. Sedangkan untuk *Twitter*, dalam satu hari dibuat 4 (empat) konten untuk pagi, siang, sore, dan malam. Jika disertai dengan gambar maka akan konten akan menjadi lebih baik. Satu periode pembuatan, penulis membuat untuk setiap 1(satu) minggu.

*Posting/content plan* dibuat di Microsoft Word dalam bentuk tabel, kemudian diserahkan kepada pemberi tugas, ada yang diberikan oleh mentor, yaitu *manager* dari divisi *Social Media Strategists*, ada pula yang diberikan oleh anggota dari divisi *Social Media Strategists*.

- Analisis Aplikasi Sosial Media

Selama Kerja Magang penulis diminta untuk melakukan analisis aplikasi sosial media dari produk-produk lain. Aplikasi yang dianalisis umumnya adalah aplikasi interaktif bagi pengguna, seperti permainan, atau kuis interaktif. Penulis menyajikan hasil analisis dalam bentuk Power Point mengenai tampilan aplikasi, metode yang digunakan hingga cara pemilihan pemenang dan hadiah yang diberikan.

Selama proses kerja magang penulis telah melakukan beberapa analisis aplikasi, yang ditampilkan dalam format presentasi Power Point. Berikut adalah berbagai aplikasi tersebut :

1. Rumah Cantik Citra – “*Citra Night Greetings*”



Gambar 3.4

*Landing Page Aplikasi Citra Night Greetings*



Aplikasi ini adalah bagian dari program CRM Softex Indonesia. Melalui aplikasi ini pengguna dapat dengan leluasa mengajukan pertanyaan seputar masalah kewanitaan dengan atau tanpa identitas yang dicantumkan. Pertanyaan akan dijawab oleh dokter dan ditampilkan pada Facebook setiap hari Selasa.

- Analisis Konten Sosial Media

Analisis Konten dilakukan sebagai *Competitor Review* dari akun-akun sosial media klien dan kompetitor. Teknis pengerjaan hampir sama dengan analisis aplikasi, penulis menyajikannya dalam format presentasi power point. Hanya saja yang kali ini dianalisis bukanlah aplikasi sebagai bagian program Marketing atau CRM namun konten akun sosial media secara menyeluruh (Facebook dan Twitter)

Dalam menganalisis penulis menjabarkan mengenai gaya penulisan, pesan yang disampaikan, dan tujuan dari akun sosial media tersebut. Selama kerja magang penulis menganalisis konten Sosial Media dari akun-akun milik Bank Mandiri (Facebook dan Twitter), baik akun resmi milik Bank Mandiri maupun akun-akun lain yang berkaitan dengan produk perbankan dan program-program yang dimiliki oleh Bank Mandiri.

Dari hasil analisis penulis menyimpulkan bahwa sebagian besar akun-akun tersebut ditujukan untuk kepentingan promosi dan engagement antara nasabah dan bank. Setiap program yang tengah atau telah dijalankan pun memiliki akun tersendiri, sehingga informasi yang disampaikan pada akun tersebut lebih spesifik.

- Event

Event adalah fana, tidak abadi, dan setiap event merupakan suatu campuran unik dari durasi, pengaturan, pengurus dan orang-orangnya (Getz, 1997, p.4). Event merupakan salah satu ruang lingkup kerja *public relations*, yang bertujuan mencapai tujuan pemasaran dan promosi. Dalam kerja magang kali ini, penulis ikut serta dalam dua kali pelaksanaan event *offline* sebagai bagian dari tim sosial media, meliputi event yang diselenggarakan oleh ATM Bersama dan Multivision.

Event dari ATM Bersama diselenggarakan pada saat Mega Bazaar Computer 2013, yang berlangsung dari hari Rabu, 6 Maret 2013- Minggu, 10 Maret 2013 di Jakarta Convention Center. Pada saat itu Arthajasa sebagai perusahaan yang menaungi ATM Bersama, berperan sebagai sponsor dan mendapatkan booth selama pameran berlangsung. Tugas yang dilaksanakan penulis selama event adalah :

1. Memfasilitasi para peserta games untuk melakukan *like Facebook (Fan Page)* dan *follow* akun *Twitter* dari ATM Bersama.
2. Melakukan pembaharuan status (*update status*) dan juga *live tweet* dengan konten yang sudah disediakan oleh PIC.
3. Memantau dan mencatat *stock* jumlah hadiah dan *merchandise* yang akan dibagikan kepada peserta *games* sesuai dengan ketentuan skor yang telah ditentukan.

Sedangkan *event* kedua yang melibatkan penulis adalah *event* dari Multivision Plus yang diadakan pada Selasa 2 April 2013, bertempat di Epicentrum Kuningan. *Event* yang diadakan adalah *Gala Premier* dari produksi film terbaru Multivision yaitu Pokun Roxy dengan pihak penyelenggara Sentra Films. Tugas yang dilakukan penulis adalah

1. Memfasilitasi para peserta games untuk melakukan *like Facebook (Fan Page)* dan *follow* akun *Twitter* dari Sentra Films.
  2. Mendokumentasikan acara, sebagai materi *live tweet*.
- Interview Narasumber

Wawancara adalah percakapan dengan maksud-maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara, yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara, yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Moleong 2004:135).

Wawancara dengan narasumber diperlukan untuk memperkaya materi *posting plan* dan menyesuaikan dengan apa yang terjadi dilapangan. Selama kerja magang penulis melakukan interview untuk Sitkom yang pada saat itu akan segera rilis garapan Multivision berjudul RT Sukowi.

Wawancara dilakukan pada Rabu, 13 Maret 2013 bertempat di studio Multivision, Plumpang-Jakarta Utara. Pada saat itu penulis berkesempatan menyaksikan proses syuting perdana dan mendokumentasikannya sebagai bahan materi *posting plan*. Penulis memulai sesi wawancara saat jeda pengambilan gambar dengan beberapa aktor dan aktris juga komedian yang terlibat didalamnya. Wawancara dilakukan berdasarkan pertanyaan dan materi yang telah disiapkan sebelumnya. Penulis juga bertugas merekam dan menyajikan data hasil wawancara dalam bentuk transkrip, untuk kemudian diserahkan pada pemberi tugas.

- Menyunting Presentasi Power Point



Gambar 3.7  
Presentasi Politicawave

Selama proses kerja magang penulis juga diberikan tanggung jawab untuk menyunting materi presentasi power point dari divisi Politicawave. Divisi ini



adalah salah bagian dari Arwuda Indonesia yang bergerak dalam pemantauan aktivitas dan berita-berita politik di sosial media. Presentasi yang disusun adalah presentasi untuk *pitching* kepada klien. Oleh karena itu informasi yang tersaji dalam presentasi haruslah singkat, padat dan jelas. Tampilan dan susunan kata serta bahasa juga menjadi faktor yang harus diperhatikan dalam menyunting presentasi ini.

Pada tugas ini materi-materi mengenai politik dan sosial media yang berupa hasil riset dan bersifat dasar sudah tersaji, penulis hanya bertugas menyusun sitematika dan tampilan serta memilih penggunaan bahasa yang tepat tanpa menambahkan atau mengurangi konten didalamnya, kecuali atas permintaan atau arahan dari pemberi tugas

### 3.3.2 Kendala

Selama dua bulan melakukan kerja magang dalam tim *Social Media Strategist*, Penulis sempat mendapat beberapa masalah yang dianggap penulis sebagai kendala dalam melaksanakan praktik kerja magang, di antaranya :

#### 1. Koordinasi Pemberian Tugas

Dalam melakukan kerja magang penulis berada dalam tim *social media strategist*, dan menjalankan tugas-tugas yang diberikan oleh segenap anggota tim. Kendala terjadi saat anggota-anggota tim yang bertanggung jawab pada klien yang masing-masingnya berbeda, memberikan tugas dan *deadline* dalam waktu yang bersamaan. Kendala lain juga terjadi apabila koordinasi teknis dan konten pengerjaan tugas yang diberikan untuk klien yang sama, berbeda antara anggota tim yang satu dan lain.



## 2. Kurangnya informasi mengenai implelementasi *online pr*

Kendala yang penulis hadapi ini, terutama terjadi di awal proses kerja magang. Kurangnya informasi yang dimiliki penulis mengenai teknis pelaksanaan *online pr* seperti *posting plan*, *tag keywords*, *tone* dan *manner* dalam *content plan* yang tidak penulis dapat secara mendalam dari materi-materi yang diberikan saat perkuliahan, membuat penulis pada awalnya melakukan berbagai kesalahan dalam teknis pelaksanaan tugas.

### 3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

#### 1. Koordinasi Pemberian Tugas

Menanggapi kendala dalam koordinasi pemberian tugas penulis berusaha membuat jadwal dari daftar tugas yang diberikan beserta deadline serta membuat catatan kecil akan hal-hal yang harus diperhatikan dalam proses pengerjaannya. Selain itu penulis tidak sungkan untuk bertanya dan mengkonfirmasi untuk meluruskan informasi sehingga tugas dapat selalu diselesaikan sebelum tenggat waktu, dan penulis masih memiliki banyak waktu dan kesempatan apabila ada revisi yang harus dilakukan.

## 3. Kurangnya informasi mengenai implelementasi *online pr*

Menanggapi kendala akan kurangnya informasi penulis berusaha mencari informasi sebanyak-banyaknya dengan aktif bertanya kepada mentor dan segenap anggota tim disaat senggang,serta melihat contoh-contoh pengerjaan tugas terdahulu. Penulis justru mendapatkan banyak sekali pembelajaran dan hal-hal baru yang langsung dapat diterapkan di dunia kerja yang mungkin dalam dunia praktis berbeda dari teori-teori yang penulis dapat jika hanya membaca buku.