

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama magang, penulis bekerja sebagai *Digital Strategist Intern* di Tim *Digital Strategic Planning* yang merupakan subbagian dari Departemen *Digital & Social Media*. Tugas penulis adalah menganalisis performa digital klien menggunakan data media sosial dari audiens. Laporan digital kemudian dibuat dan dipresentasikan kepada klien.

Proses koordinasi dilakukan bersama Dafi Frisya Wahab, yang juga merupakan pemimpin Tim *Digital Strategic Planning* dan supervisor dan pembimbing lapangan magang. Selain itu, penulis bekerja sama dengan Dimitrie Arsenna dan Naufal Ismail sebagai *Digital Strategist*, sehingga seluruh proses pembuatan laporan digital berada di bawah pengawasan yang tepat.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Tugas utama penulis sebagai *Digital Strategist Intern* serta waktu pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

<i>Social media listening</i>	Mengambil data engagement social media klien serta pesaing menggunakan Apify, olah data menjadi <i>graphic chart</i> , lakukan analisis berdasarkan data di dalam PPT laporan performa digital klien.
<i>Issue monitoring</i>	Masukkan data konten negatif klien serta data <i>engagements</i> ke dalam Google Sheets, olah data menjadi <i>graphic chart</i> , lakukan analisis tren konten yang dibuat ke dalam PPT laporan digital klien.

Tabel 3.1 *Tugas utama Digital Strategist Intern*

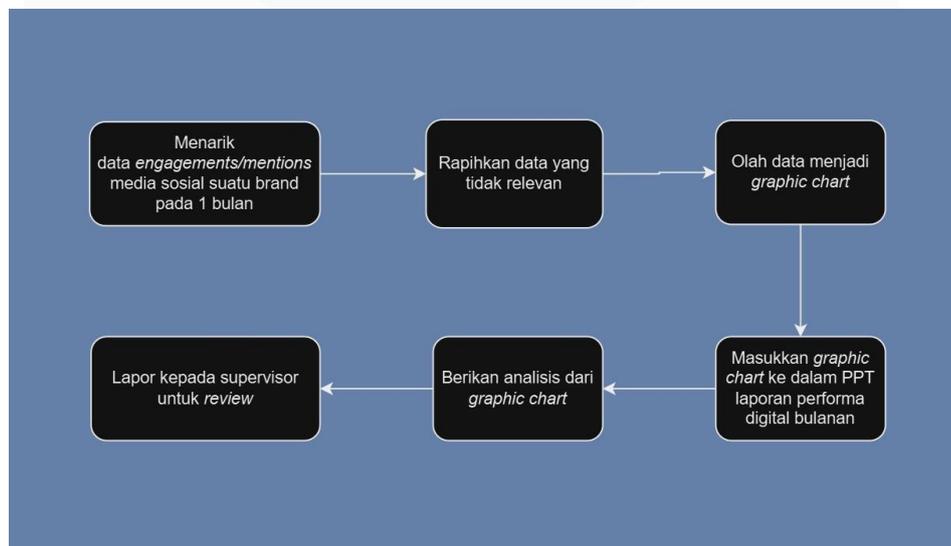
Sumber: Olahan penulis, 2024

Pekerjaan	Uraian Tugas Pekerjaan	Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Social Media Listening	Mengambil data engagement media sosial klien dan pesaing																				
	Mengolah data menjadi <i>graphic chart</i>																				
	Tulis hasil analisis data kompetitor																				
Issue monitoring	Mengumpulkan data konten negatif klien (isi konten & engagement)																				
	Mengolah data menjadi <i>graphic chart</i>																				
	Tulis hasil analisis data konten issue monitoring																				

Tabel 3.2 *Timeline pelaksanaan tugas Digital Strategist Intern*

Sumber: Olahan penulis, 2024

Sebagai *Digital Strategist Intern*, penulis memiliki tanggung jawab utama untuk menyusun laporan performa digital klien secara rutin setiap bulannya. Laporan ini bertujuan memberikan gambaran menyeluruh tentang efektivitas strategi digital yang telah diterapkan selama periode satu bulan.



Gambar 3.1 *Workflow pembuatan laporan performa digital bulanan*

Sumber: Olahan penulis, 2024

Gambar diatas merupakan alur dari pembuatan laporan performa digital bulanan. Proses ini melibatkan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data dari berbagai macam platform media sosial. Data-data yang dianalisis mencakup metrik seperti jumlah *likes*, komentar, *shares*, dan *save* yang mencerminkan tingkat interaksi audiens terhadap konten. Selain itu, metrik seperti *reach*, *impressions*, pertumbuhan jumlah pengikut, dan *conversion rates* juga menjadi fokus untuk mengukur keberhasilan kampanye digital.

Dalam penyusunan laporan tersebut, penulis melakukan analisis mendalam terhadap *engagement* dan memanfaatkan *social media listening* untuk memahami lebih dalam bagaimana audiens berinteraksi dan berbicara tentang merek klien. Analisis ini mencakup identifikasi konten yang paling efektif, tren interaksi audiens, serta sentimen positif, negatif, ataupun netral yang muncul di media sosial. Dengan menggunakan berbagai *social media listening tools* seperti Apify, Brand24, dan Emplifi, data-data tersebut dapat dikumpulkan dan kemudian diolah secara komprehensif menggunakan Google Sheets agar mudah dipahami oleh pemangku kepentingan.

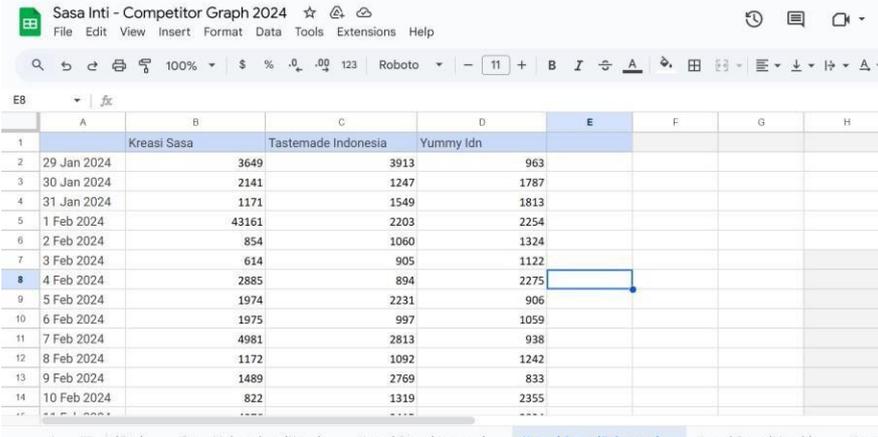
Data yang telah diolah kemudian divisualisasikan ke dalam bentuk *graphic chart*. Setelah selesai dibuat, langkah berikutnya adalah menyusun laporan performa digital dalam bentuk PowerPoint. *Graphic chart* tersebut dimasukkan ke dalam slide yang telah dirancang oleh supervisor. Setiap slide biasanya memuat analisis singkat mengenai grafik yang ditampilkan, seperti penafsiran hasil, perbandingan antar periode, dan highlight penting dari performa digital. Langkah terakhir dalam proses ini adalah melaporkan hasil analisis kepada supervisor untuk direview. Supervisor akan memeriksa laporan secara menyeluruh, termasuk keakuratan data, kejelasan analisis, dan kualitas visualisasi. Jika terdapat kesalahan atau area yang perlu diperbaiki, supervisor akan memberikan masukan atau saran untuk penyempurnaan sebelum dikirimkan kepada klien.

3.2.1. Tugas Kerja Magang

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.2.2.1 Social Media Listening

Setiap bulan, penulis ikut berpartisipasi dalam membuat laporan performa digital bulanan 2 klien, Sasa dan Prudential. Kedua laporan memerlukan social media monitoring untuk objektif yang berbeda. Untuk Sasa, penulis diperlukan untuk membuat *competitor graph* menggunakan data engagements dari akun Instagram @kreasisasa dan 2 kompetitornya, gunanya untuk mengetahui konten apa saja yang paling disukai audiens selama sebulan itu. Proses penyusunan laporan tersebut dimulai dengan pengumpulan data dari berbagai platform media sosial, termasuk jumlah like, komentar, share, dan tingkat partisipasi audiens lainnya. Kegiatan ini dibantu oleh alat bernama Apify, dimana ia berfungsi untuk menarik data *engagements* dari akun media sosial klien serta pesaingnya ke dalam bentuk tabel. Setelah itu data diolah menjadi *graphic chart* dimana penulis dapat menarik kesimpulan analisis di dalam slide PPT laporan. Analisis ini kemudian digunakan untuk perbaikan perancangan konten Instagram @kreasisasa di bulan kedepannya.

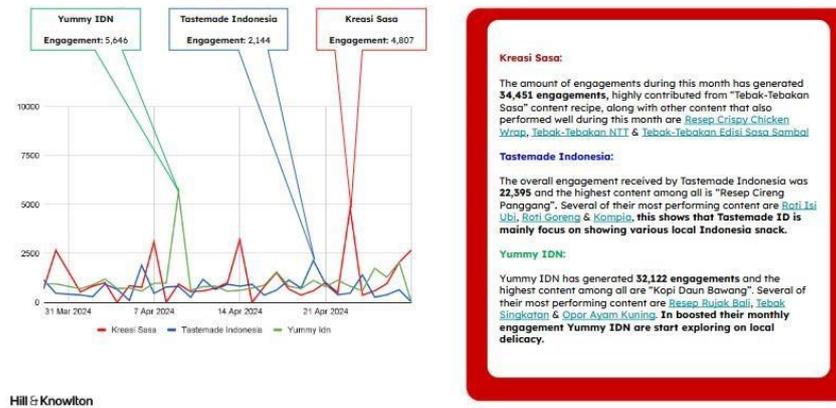


	A	B	C	D	E	F	G	H
1		Kreasi Sasa	Tastemade Indonesia	Yummy Idn				
2	29 Jan 2024	3649	3913	963				
3	30 Jan 2024	2141	1247	1787				
4	31 Jan 2024	1171	1549	1813				
5	1 Feb 2024	43161	2203	2254				
6	2 Feb 2024	854	1060	1324				
7	3 Feb 2024	614	905	1122				
8	4 Feb 2024	2885	894	2275				
9	5 Feb 2024	1974	2231	906				
10	6 Feb 2024	1975	997	1059				
11	7 Feb 2024	4981	2813	938				
12	8 Feb 2024	1172	1092	1242				
13	9 Feb 2024	1489	2769	833				
14	10 Feb 2024	822	1319	2355				

Gambar 3.2 Data engagements dari Instagram Kreasi Sasa dan dua pesaingnya

Sumber: Dokumen perusahaan, 2024

► Kreasi Sasa Competitors Summary



Gambar 3.3 Slide analisis pesaing dalam pembuatan laporan performa digital Kreasi Sasa pada bulan Februari

Sumber: Dokumen perusahaan, 2024

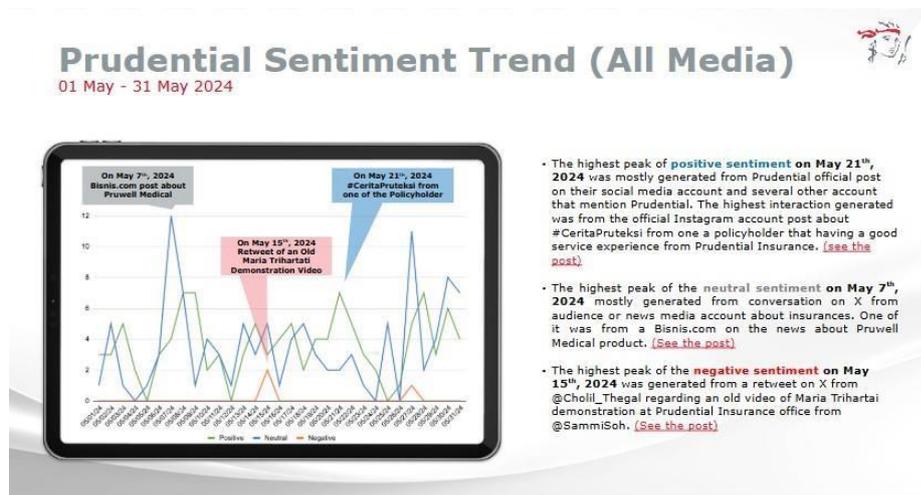
Untuk Prudential, penulis juga melakukan social media listening, yaitu memantau dan menganalisis percakapan serta sentimen publik terkait kampanye yang diadakan pada 8 Mei, yaitu "Prudential Buddies Session". Kampanye ini merupakan acara eksklusif yang menghadirkan beberapa KOL dari berbagai latar belakang untuk memberikan edukasi tentang kesehatan tubuh dan produk asuransi yang ditawarkan Prudential. Para KOL kemudian mendokumentasikan acara tersebut untuk diunggah ke media sosial mereka masing-masing. Proses ini dimulai dengan pengumpulan data menggunakan Emplifi, sebuah alat social media listening yang mengidentifikasi percakapan, kata kunci, dan sentimen terkait di berbagai platform media sosial. Setelah data terkumpul, penulis menyaring konten yang tidak relevan, seperti spam, unggahan tanpa konteks, atau data yang tidak berkaitan dengan tujuan analisis. Data yang telah tersaring kemudian diolah menjadi visualisasi dalam bentuk grafik atau tabel, yang memberikan gambaran tentang tren, pola interaksi, dan umpan balik audiens secara menyeluruh. Hasil

analisis ini penting sebagai acuan untuk merancang kampanye yang lebih baik di bulan-bulan berikutnya.

Issue	SUM of Buzz	Groups	Sentiment	SUM of Buzz
#CeritaPRUTeksi	2593	AIA	negative	2
#JagaAmanahWujudkanE	1010	Allianz	neutral	1979
#SehatPangkalBisa	29668		No Sentiment	12
AIA Event	1782		positive	3435
AIA Information	2644	AIA Total		5428
Allianz CSR	12	Allianz	negative	4
Allianz Event	1053		neutral	1759
Allianz Information	9826		No Sentiment	56
Astra Life Event	35		positive	8891
Astra Life Information	2292	Allianz Total		10710
Audience Query	91	Allianz Syariah	neutral	585
Audience Recommendation	70		positive	7
Customer Service	27	Allianz Syariah Total		592
FWD Event	255	Astra Life	negative	1
FWD Information	1870		neutral	4380
Grand Total	474			507

Gambar 3.4 Data percakapan mengenai asuransi di media sosial yang telah diolah menjadi table pivot sebelum dijadikan graphic chart

Sumber: Dokumen perusahaan, 2024



Gambar 3.5 Slide analisis sentiment dalam pembuatan laporan performa digital Prudential pada bulan Mei

Sumber: Dokumen perusahaan, 2024

Penulis telah mempelajari mengenai social media listening dari mata kuliah Social Media & Mobile Marketing, termasuk memahami cara menggunakan *listening tools*. Di salah satu buku yang diperlukan

untuk mempelajari mata kuliah ini menjelaskan social media listening sebagai proses menggunakan alat pemantauan untuk meninjau penyebutan merek dan kata kunci terkait di dalam jejaring sosial dan situs online lainnya. (Chaffey, 2019) Pentingnya social media listening terletak pada kemampuannya untuk membangun strategi pemasaran yang efektif dan responsif. Dengan mendengarkan percakapan pelanggan, perusahaan dapat merancang kampanye yang relevan dan sesuai dengan tren pasar terkini. Selain itu, seperti yang dijelaskan oleh Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), perusahaan yang aktif mendengarkan media sosial dapat merespons keluhan pelanggan dengan lebih cepat, meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka. Social media listening juga membantu dalam menjaga dan membangun reputasi merek.

Selain itu, social media listening memungkinkan pengambilan keputusan yang berbasis data. Melalui pemantauan kata kunci dan analisis tren, perusahaan mendapatkan wawasan yang dapat digunakan untuk menyusun strategi komunikasi atau pemasaran yang lebih tepat sasaran. Bahkan, perusahaan dapat mengidentifikasi influencer atau pelanggan loyal yang dapat membantu memperkuat brand awareness, sebagaimana dijelaskan oleh Brown dan Hayes (2008). Dengan semua manfaat ini, social media listening menjadi alat yang tak ternilai untuk membantu perusahaan tetap relevan dan responsif dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini.

3.2.2.2 *Issue Monitoring*

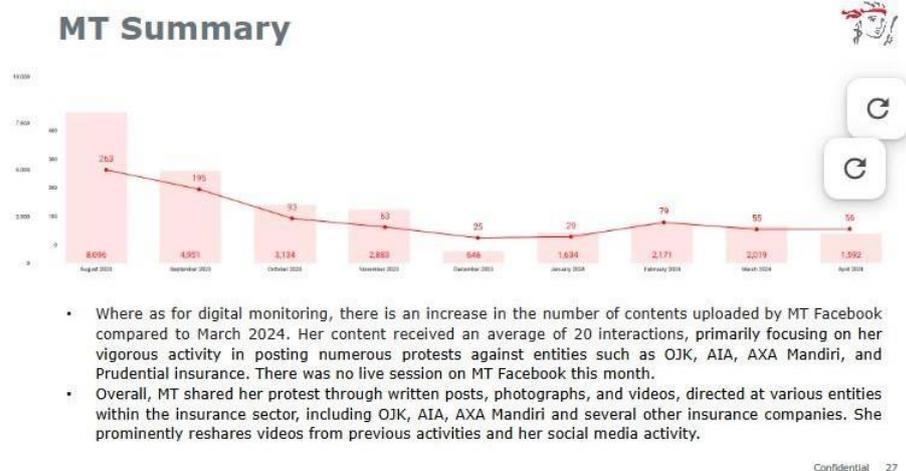
Dalam era digital saat ini, issue monitoring semakin penting karena isu dapat dengan cepat menyebar melalui media sosial dan platform *online* lainnya. Dengan teknologi analitik dan pemantauan yang canggih, perusahaan memiliki akses ke data real-time yang memungkinkan mereka untuk merespons secara cepat dan tepat. Dengan demikian, issue monitoring tidak hanya menjadi alat untuk menghindari krisis

tetapi juga untuk membangun strategi komunikasi yang lebih adaptif dan responsif. Sebagai bagian dari social media listening, penulis juga terlibat dalam monitoring isu-isu yang berkaitan dengan klien di media sosial. Dalam konteks ini, Prudential menugaskan penulis untuk melakukan pemantauan terhadap akun Facebook inisial MT yang telah mengunggah postingan negatif mengenai Prudential yang dapat mempengaruhi citra baik perusahaan selama beberapa tahun akhir ini. Issue monitoring ini mencakup identifikasi dan analisis terhadap isu-isu negatif atau kontroversial yang dapat mempengaruhi reputasi klien atau kampanye yang sedang berjalan di bulan itu. Penulis memantau percakapan, tagar, dan topik yang relevan untuk mendeteksi potensi krisis atau masalah yang sedang berkembang. Data ini penting untuk memberikan peringatan dini kepada klien dan merancang strategi respons yang tepat.

No	Date	January	Interaction	Comment	Share	Date	February	Interaction	Comment	Share
1	01-21-2022	Link	6	0	0	01-31-2022	Link	9	0	0
2	01-21-2022	Link	106	72	1	01-31-2022	Link	13	1	0
3	01-21-2022	Link	83	27	14	01-31-2022	Link	46	22	2
4	01-21-2022	Link	49	11	9	01-31-2022	Link	33	10	0
5	01-22-2022	Link	36	14	0	02-01-2022	Link	11	12	0
6	01-21-2022	Link	35	17	0	02-01-2022	Link	2	0	0
7	01-21-2022	Link	40	9	2	02-01-2022	Link	1	0	2
8	01-22-2022	Link	96	19	9	02-01-2022	Link	1	0	0
9	01-22-2022	Link	85	18	0	02-01-2022	Link	120	53	1
10	01-22-2022	Link	19	0	0	02-02-2022	Link	33	11	9
11	01-22-2022	Link	6	0	0	02-02-2022	Link	44	28	0
12	01-22-2022	Link	86	36	3	02-03-2022	Link	28	9	0
13	01-22-2022	Link	17	3	9	02-02-2022	Link	15	5	0
14	01-23-2022	Link	30	10	1	02-03-2022	Link	47	12	4
15	01-23-2022	Link	105	24	10	02-03-2022	Link	80	24	1

Gambar 3.6 Data monitoring konten negatif yang membahas Prudential pada akun Facebook berinisial MT

Sumber: Dokumen perusahaan, 2024



Gambar 3.7 Slide monitoring akun Facebook berinisial MT dalam pembuatan laporan performa digital Prudential pada bulan April

Sumber: Dokumen perusahaan, 2024

Penulis memiliki pemahaman yang mendalam tentang issue monitoring, yang diperoleh melalui mata kuliah Issue Management & Crisis Management, termasuk pemahaman model issue management yang mencakup tahapan Issue Identification, Analysis, Change Strategy Option, dan Evaluation (Jones & Chase, 1979). Dalam konteks ini, penulis secara khusus ditugaskan untuk menangani tahap Issue Identification dan Analysis. Namun, mengingat isu terkait MT telah berlangsung cukup lama dan traksi publik telah menurun, penulis ditugaskan untuk memfokuskan upaya pada pemantauan yang cermat untuk memastikan semua perkembangan tetap terdeteksi dengan baik.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Salah satu kendala yang ditemukan selama pelaksanaan kerja magang adalah dalam melakukan issue monitoring di platform TikTok. Aplikasi TikTok tidak memberikan akses data secara langsung kepada social listening tools yang biasa digunakan untuk mengumpulkan informasi engagement secara otomatis. Akibatnya, proses pengumpulan data harus dilakukan secara manual dengan cara memeriksa satu per satu konten yang diposting, lalu mencatat data engagement seperti likes, komentar, dan shares ke dalam Google Sheets secara manual. Proses ini tidak hanya memakan waktu yang cukup lama tetapi juga menguras energi, terutama ketika harus memantau banyak konten dalam periode yang singkat.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala dalam proses issue monitoring di TikTok, solusi yang dapat diterapkan adalah dengan membagi tugas pengumpulan data ke dalam beberapa sesi agar tidak menguras energi dalam satu waktu. Selain itu, tim dapat membagi tugas pengumpulan data di antara beberapa anggota agar lebih efisien. Penggunaan ekstensi browser atau fitur *bookmarking* untuk menandai konten yang relevan juga dapat mempercepat proses pencatatan. Di sisi lain, mempertimbangkan alat atau software yang menawarkan fitur otomatisasi parsial untuk pengambilan data TikTok bisa menjadi solusi jangka panjang, meskipun memerlukan investasi lebih lanjut.