

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 BIDANG KERJA

Kegiatan magang kerja profesi (KP) di Universitas Pembangunan Jaya wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa program studi Manajemen untuk memenuhi kebutuhan SKS sebelum menempuh tugas akhir, praktikan melakukan kegiatan magang ini selama 3 bulan di PT. Perkasa Teknik Mandiri, Jakarta Barat. Praktikan bekerja pada divisi *digital marketing*, yang bertanggung jawab dalam media sosial milik perusahaan.

Digital marketing merupakan teknik media pemasaran yang sedang diminati oleh banyak masyarakat untuk membantu berbagai kegiatan masyarakat, mereka mulai beralih ke teknik pemasaran modern serta meninggalkan teknik pemasaran yang tradisional (Ratna Gumilang, 2019). Dengan kemajuan teknologi yang ada *digital marketing* mampu mengoptimalkan pemasaran secara maksimal melalui e-mail, *social media*. Dengan kata lain *display advertising* yaitu kegiatan yang menggambarkan sebuah iklan melalui internet biasanya iklan tersebut dengan format gambar dan video (Aisyah, 2020). *Digital marketing* memiliki dampak yang sangat besar pada bisnis serta tidak butuh mengeluarkan banyak biaya yang besar, namun media sosial mana yang digunakan untuk target pasar perusahaan merupakan taktik agar pemasaran melalui online akan berhasil (Bala & Verma, 2018). Terdapat manfaat dari *digital marketing* bagi perusahaan :

1. Mendukung untuk pengembangan penjualan

Salah satu manfaat dari kegiatan *digital marketing* yaitu untuk mendukung pengembangan pada penjual dari suatu barang atau jasa yang telah disediakan oleh perusahaan. Karena teknologi saat ini sudah banyak penggunanya tentunya aktivitas *digital marketing* dapat menjangkau lebih banyak konsumen dengan mudah, dengan adanya *digital marketing* dapat mencapai seluruh tempat yang dihubungkan oleh internet. Maka dari itu bahwa *digital marketing* dapat berdampak untuk meningkatkan penjualan perusahaan, dari perusahaan besar maupun skala UMKM sekalipun.

2. Menghemat biaya promosi

Digital marketing kini banyak dinikmati oleh para perusahaan, UMKM, bahkan *brand* karena dapat dengan mudah serta dapat menghemat untuk biaya promosi. Dengan mempromosikan melalui media sosial jadi jauh lebih murah apabila perusahaan menerapkan cara-cara konvensional seperti menyebarkan brosur, spanduk atau mengiklankan di iklan tv maupun radio. Oleh karena itu beberapa perusahaan memanfaatkan kesempatan tersebut untuk bisnisnya cepat di kenal oleh calon-calon konsumen.

3. Sarana jembatan antar perusahaan dan konsumen

Digital marketing biasanya menggunakan media sosial yang terhubung langsung dengan konsumen walaupun antara pebisnis dan pembeli belum mengenal satu dengan lainnya. Dengan adanya teknologi, memungkinkan bagi perusahaan terhubung dengan calon konsumen, agar membangun kedekatan yang baik antara perusahaan dan konsumen, dengan hal ini *digital marketing* banyak diminati karena dapat lebih dekat dengan para konsumennya.

Dalam pengelolaan media sosial hal ini termasuk ke dalam mata kuliah manajemen pemasaran, komunikasi bisnis. Manajemen pemasaran merupakan proses pemasaran agar perusahaan bisa memenuhi target pasar yang diinginkan yang tujuannya agar mendapatkan lebih banyak konsumen. Seiring berjalannya waktu perkembangan teknologi juga semakin canggih, sehingga banyak perusahaan yang mengambil kesempatan agar perusahaan mereka banyak dikenal oleh banyak masyarakat luar. Pada saat kerja profesi praktikan mengelola konten di media sosial Instagram, LinkedIn dan Tiktok mulai dari perencanaan konten, perencanaan materi sampai membuat desain visual yang menarik hingga mengunggah ke media sosial. Sedangkan komunikasi bisnis merupakan aktifitas berbagi informasi, penkaran ide serta konsep agar tujuan perusahaan tersebut tercapai, komunikasi bisnis juga digunakan baik dalam verbal dan nonverbal.

Pada saat kegiatan kerja profesi dilaksanakan, praktikan diberikan tugas serta bimbingan mengenai tugas yang akan pratikan kerjakan setiap hari, setai hari jumat praktikan membuat *content plan* untuk 1 (satu) minggu ke depan kemudian *content plan* yang telah dibuat lalu di presentasikan kepada pemimbing kerja kemudian sepanjang kegiatan pekerjaan pratikan wajib membuat serta

mengirim informasi yang telah dikerjakan kepada pembimbing kegiatan saat sebelum jam kegiatan selesai. Sepanjang kegiatan pekerjaan di PT. Perkasa Teknik Mandiri praktikan melaksanakan dalam bagian digital marketing lebih persisnya dalam media sosial, sehingga aspek kegiatan yang dilakukannya adalah

3.1.1 Pengelola Media Sosial

1. Media Sosial Instagram

Instagram merupakan salah satu media online zaman sekarang yang paling disukai oleh kelompok masyarakat yang ada di Indonesia dari berbagai kalangan usia sehingga banyak pengguna tetap setia dengan Instagram menjadi pengguna bahkan menjadikan akun Instagram tersebut menjadi media iklan. Dengan adanya fitur-fitur di Instagram memudahkan para pebisnis melakukan promosi dengan mudah, cepat dan praktis, selain itu Instagram dapat mempromosikan dalam bentuk produk atau jasa. (Lioni & Sari, 2022)

Media sosial Instagram bertujuan sebagai media edukasi dan memberikan informasi tambahan dengan gaya visual menarik agar tidak membosankan. Akun Instagram PT. Perkasa Teknik Mandiri ditunjukkan untuk masyarakat yang menyukai alat-alat berat. Berdasarkan hal tersebut praktikan mengelola konten untuk *feeds* Instagram, *stories* Instagram dan Instagram TV (IGTV). Dalam pembuatan konten Instagram ada tahapan yang akan dilalui oleh praktikan yaitu membuat perencanaan konten dalam 1 (satu) minggu lalu dikumpulkan kemudian akan dipresentasikan kepada pembimbing untuk dievaluasi sebelum praktikan membuat konten visualnya.

Praktikan mengunggah konten Instagram dalam 1 (satu) minggu praktikan membuat dan mengunggah konten *feeds* Instagram sebanyak 3 (tiga) kali, *stories* Instagram praktikan membuat dan mengunggah konten sebanyak 5 (lima) kali, selanjutnya IGTV praktikan membuat dan mengunggah konten hanya 1 (satu) kali dalam seminggu. Untuk mengunggah konten Instagram dilakukan pada hari senin-jumat mulai pukul 11:00 siang – 10:00 malam WIB

2. Media Sosial LinkedIn

LinkedIn ialah alat social handal untuk calon pegawai yang terikat dan menghubungkan dengan industri melewati website ataupun aplikasi LinkedIn

dengan 443 juta konsumen di 200 negeri, tetapi LinkedIn dapat pula dipakai buat para profesional yang bertugas di aspek perlengkapan berat serta melihat koneksi profesi mereka (Muhammad et al., 2021)

Serupa perihalnya pada pengelolaan media sosial Instagram, praktikan pula membuat konten plan LinkedIn untuk 1 (satu) pekan kedepan. dalam 1 (Satu) minggu praktikan membuat konten *feeds* dan artikel seputar alat berat dan perusahaan. Jadwal dalam membuat dan mengunggah konten LinkedIn dalam 1 (satu) pekan sebanyak 5 (lima) kali. Dalam seminggu praktikan membuat dan mengunggah LinkedIn *feeds* sebanyak 3 (tiga) kali, LinkedIn artikel praktikan membuat dan mengunggah artikel sebanyak 2 (dua) kali.

Content plan yang sudah dibuat oleh praktikan akan dikumpulkan dan di presentasikan ke pembimbing kerja setiap hari jumat untuk di evaluasi sebelum praktikan membuat konten visualnya. Selanjutnya praktikan membuat membuat *captions* dan membuat konten apabila persiapan konten sudah siap maka tahapan terakhir praktikan ialah mengunggah konten instagram yang telah dibuat. Dalam mengunggah konten LinkedIn *feeds* dilakukan setiap hari senin – jumat kemudian di unggah pada pukul 11:00 siang – 10:00 malam WIB.

3. Media Sosial Tiktok

Tiktok merupakan aplikasi yang banyak digemari masyarakat Indonesia sebab dari aplikasi Tiktok menawarkan hal yang berbeda dan menarik apabila di bandingkan dengan instagram, maka dari itu praktikan mengusulkan ke pembimbing untuk membuat akun Tiktok karena praktikan melihat bahwa aplikasi Tiktok memiliki potensi bagi perusahaan dapat lebih dikenal ke masyarakat luar.

Dalam hal mengelola media sosial Tiktok sama seperti mengelola media sosial Instagram dan LinkedIn, praktikan juga membuat *content plan* untuk 1 (satu) minggu ke depan lalu dikumpulkan dan di presentasikan ke pembimbing kerja setiap hari jumat untuk di evaluasi sebelum praktikan membuat konten visualnya.

Dalam 1 (satu) minggu praktikan membuat konten video hiburan, pengetahuan dan promosi seputar alat berat. Jadwal membuat konten dalam 1 (satu) minggu sebanyak 2 (dua) kali. Dalam 1 (satu) minggu praktikan membuat dan mengunggah konten pengetahuan sebanyak 1 (satu) kali setiap hari selasa dan hari kamis lalu di unggah pada pukul 3:00 siang – 9:00 malam WIB.

3.1.2 Membuat Artikel Di Website Perusahaan

Tidak hanya itu praktikan mengatu media perusahaan menjadi kewajiban penting, praktikan juga bertugas dalam membuat serta unggah postingan dalam web perusahaan. dalam membuat artikel praktikan membuat tema konten yang berikan tentang seputaran tentang perusahaan dan alat berat. Dalam 1 (satu) minggu artikel di unggah website sebanyak 2 (dua) kali yaitu hari rabu dan hari jum'at diunggah pada pukul 11:00 siang – 10:00 malam WIB. praktikan juga membuat *content plan* untuk 1 (satu) minggu ke depan lalu dikumpulkan dan di presentasikan ke pembimbing kerja setiap hari jumat untuk di evaluasi .

3.1.3 Membuat Desain Lowongan Kerja

Selama pelaksanaan kerja profesi di PT. Perkasa Teknik Mandiri praktikan juga membuat desain lowongan kerja. Selain praktikan membuat konten di sosial media praktikan juga dapat membuat desain lowongan kerja agar dapat membagikan di halaman sosial media seperti Instagram, LinkedIn, hingga status whatsapp.

3.2 PELAKSANAAN KERJA

Penerapan kegiatan kerja profesi (KP) dilakukan dengan cara work from home (WFH) serta work from home (WFO) dengan agenda WFO 2 hari serta agenda WFH 3 hari. Dalam melakukan aktivitas Kerja profesi (KP) dalam lembaga PT. Perkasa Teknik Mandiri praktikan di minta buat melaksanakan tugasnya yang telah bagikan dengan baik. Praktikan bekerja pada divisi *digital marketing* yang mana tugas tersebut terkait dengan pemasaran konten, video konten, media sosial. Dalam melakukan kegiatan kerja profesi (KP), praktikan dibimbing oleh Kak Rifda selaku kepala Marketing, yang mana beliau banyak menjelaskan berbagai macam aktivitas kerja. Praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi bersama dengan satu kerabat mahasiswa Manajemen Universitas Pembangunan Jaya.

Adapun perincian tugas yang diberikan untuk praktikan kerjakan :

3.2.1 Pengelolaan Media Sosial

Media sosial ialah salah satu tempat yang mempunyai banyak manfaat serta dapat menjangkau orang-orang yang jauh sehinggal dapat memperluas komunikasi jauh lebih baik, dengan adanya media sosial dapat membantu banyak

kerjaan diantaranya yaitu untuk membuat promosi, membuat iklan serta dapat mengenalkan produk atau jasa dari perusahaan tersebut (Septiani et al., 2021).

Sebelum praktikan membuat suatu konten dalam 1 (satu) minggu, praktikan diminta untuk membuat rencana konten (*content plan*) dalam bentuk tabel, yang berisikan mengenai perencanaan konten secara jelas kemudian mulai dari hari dan tanggal, aplikasi manakah yang ingin di unggah, konten apa yang ingin di unggah, visual konten apa yang ingin di unggah beserta *caption* untuk setiap postingan yang akan diunggah. Biasanya praktikan menambahkan tanda tagar (#) agar konsumen dapat dengan mudah menemukan kelompok satu dengan kelompok lainnya biasanya praktikan menggunakan tanda tagar (#) di barengi dengan kata yang menyangkut dengan unggahan tersebut seperti contoh, #alatberat #serviceforklift #promosparepart #kontraktor kemudian *content plan* tersebut di kumpulkan dan di presentasikan setiap hari jum'at kepada pembina kerja profesi. Apabila pembina sudah menyetujui *content plan content plan* yang praktikan buat langkah selanjutnya praktikan membuat visual di dalam aplikasi, apabila konten foto/gambar praktikan menggunakan aplikasi Canva sedangkan konten video praktikan menggunakan aplikasi Capcut.

CONTENT PLAN 18 JULI 2022 – 22 JULI 2022

Tanggal	Aplikasi	Konten	Visual	Captions
Senin, 18 Juli 2022	1. Instagram 2. LinkedIn	1. Instagram feed : Pengetahuan tentang Vibro Roller Instagram feed : Pengetahuan tentang vibro roller 2. LinkedIn feed : Pengetahuan tentang vibro roller	1. Instagram feed & story : 2. LinkedIn feed : layout design dengan menggambarkan vibro roller dan penjelasannya	1. Instagram dan 2. LinkedIn : Siapa yang belum tau fungsi dari vibro roller? Untuk Pembelian Part dan Service Alat Berat Anda dapat hubungi kami : WhatsApp : +62813 10982989 Instagram : ptperkasatehnikmandiri TikTok : ptperkasatehnikmandiri Web : perkasatehnikmandiri.com #fyp #vibroroller #alatberat #servivealatberat #sparepart #jualbelialatberat
Selasa, 19 Juli 2022	1. Instagram 2. LinkedIn 3. Tiktok	1. Instagram Story : promosi spare part (engine oil filter)	1. Instagram story : layout dengan design yang	1. Instagram reels : Siapa yang belum tau fungsi dari vibro roller?

Gambar 3.1 Content plan dalam 1 (Satu) minggu

sumber : Internal

1. Mengelola Media Sosial Instagram

Pada melaksanakan kegiatan pekerjaan pada mengelola media sosial Instagram ialah praktikan membuat konten plan buat 1(satu) pekan kedepan, fungsi *content plan* yaitu untuk menjabarkan dengan cara perinci bagaimana perusahaan hendak melaksanakan strategi mereka buat membuktikan nama baik perusahaan, *Content plan* yang telah dibuat kemudian digabungkan serta di presentasikan tiap hari jumat buat cek oleh pembimbing buat dievaluasi bila telah cek dan sudah di setujui oleh pembimbing selanjutnya akan dibuat visualnya. Konten yang sudah dibuat selanjutnya diunggah oleh praktikan setelah mendapat persetujuan dari pembimbing kerja.

Dalam membuat konten media sosial instagram hal yang pertama yang dilakukan praktikan yaitu mencari referensi dalam pembuatan konten, biasanya praktikan mencari referensi dari internet dan media sosial perusahaan yang bergerak dibidang alat berat, dengan ini agar dapat mengembangkan ide serta memaksimalkan materi. Kemudian praktikan masuk kedalam proses pembuatan desain, dalam mengelola konten *visual* praktikan menggunakan aplikasi Canva dalam berbentuk foto dan Capcut dalam bentuk video.

Praktikan mendapatkan foto-foto aktifitas perusahaan dari tim teknisi yang bekerja dilapangan. Dalam proses mengedit praktikan memanfaatkan fitur-fitur agar hasil editan secara maksimal dan menarik. Selanjutnya praktikan membuat *captions* yang menarik serta yang sesuai dengan konten tersebut, agar konten yang di upload dapat di lihat banyak masyarakat praktikan menambahkan tanda tagar bersama dengan caption, seperti #sewaalatberat #alatberat #forklift #service #merawatanmaintenance. agar dapat menghubungkan dari berbagai pengguna Instagram ke dalam satu kelompok apabila menggunakan hastag yang sama.

Tahapan terakhir dalam membuat konten maka praktikan menayakan kepada pembimbing kerja terkait konten tersebut untuk bertanya dari hasil editan konten, hal ini sering- kali kerap memperoleh perbaikan, umumnya perbaikan berbentuk font yang dipakai, penentuan gambar dan warna yang dipakai. Kemudian apabila semua konten sudah di setujui oleh pembimbing kerja maka praktikan mengunggah konten yang dilakukan sendiri oleh praktikan. Adapun beberapa konten yang praktikan buat di platform Instagram :

1. konten *knowledge* di *platform* Instagram



Gambar 3.2 konten *knowledge platform* Instagram

sumber : www.instagram.com/ptperkasatehnikmandiri/

Praktikan diminta untuk membuat konten di instagram feed yang bertemakan *knowledge* mengenai alat-alat berat berupa penjelasan singkat mengenai alat berat tersebut, praktikan membuat konten di aplikasi Canva kemudian sebelum mengunggah ke instagram praktikan menanyakan terlebih dahulu apakah konten tersebut dapat di upload atau tidak.

2. konten promosi jasa di *platform* Instagram



Gambar 3.3 konten *promosi jasa platform* Instagram

sumber : www.instagram.com/ptperkasatehnikmandiri/

Gambar 3.3 praktikan diminta untuk membuat konten di instagram PT. Perkasa Teknik Mandiri untuk mempromosikan jasa yaitu *preventive maintenance* (PM). Harga jasa yang ditawarkan didapat dari tim *Sales Support* untuk di unggah di Instagram perusahaan, harga yang di unggah tergantung pada jenis forklift serta berapa lama mesin forklift tersebut digunakan, semakin lama forklift di digunakan makan semakin tinggi harga service nya mulai dari harga Rp. 1.300.000 – Rp. 2.900.000 sebelum promosi, setelah promosi dimulai dari harga Rp. 1.150.000 – Rp. 2.200.000. Apabila konten promosi sudah dibuat tim digital marketing menanyakan terlebih dahulu kepada tim *Sales Support* apakah konten tersebut sudah bisa di unggah atau ada koreksi.

3. Konten promosi *spare part* di *platform* Instagram



Gambar : 3.4 konten promosi *spare part* di *platform* Instagram
sumber : <https://www.instagram.com/ptperkasatehnikmandiri/>

Gambar 3.4 merupakan konten promosi *spare part* yang di posting di Instagram yang mana tim *Digital Marketing* mendapatkan harga promosi dan foto produk dari tim *Sales Support* untuk di unggah di media sosial perusahaan. Tim *Sales Support* meminta kepada tim *Digital Marketing* untuk menutupi kode barang atau nomor part pada gambar. Apabila konten promosi sudah dibuat tim digital marketing menanyakan terlebih dahulu kepada tim *Sales Support* apakah konten tersebut sudah bisa di unggah atau ada koreksi. Gambar yang di tunjukan untuk harga pelanggan yaitu Rp. 251.062 sedangkan sebelum promo sebesar Rp. 313.827 belum PPN.

4. Konten dalam bentuk video di *platform* Instagram



Gambar : 3.5 Konten dalam bentuk video di *platform* Instagram

sumber : <https://www.instagram.com/ptperkasatehnikmandiri/>

Dalam 1 (satu) minggu praktikan membuat dan mengunggah konten *feeds* Instagram sebanyak 3 (tiga) kali, *stories* Instagram praktikan membuat dan mengunggah konten sebanyak 5 (lima) kali, selanjutnya IGTV praktikan membuat dan mengunggah konten hanya 1 (satu) kali dalam seminggu. Selanjutnya dalam pengunggahan konten instagram dilakukan pada hari senin-jumat. Setiap hari senin di unggah pada pukul 12:00 – 1:00 siang, hari selasa di unggah pada pukul 3:00 – 4:00 Siang dan 7:00 – 9.00 Malam, hari rabu di unggah pada pukul 11:00 – 12.00 dan 8:00 – 21:00 malam, Di hari kamis unggah pada pukul 12:00-16:00 siang, 7:00 dan 21:00 malam, dan yang terakhir hari jumat di unggah pada pukul 11:00 – 12 :00 siang dan 19:00 – 22:00 malam.

2. Mengelola Media Sosial LinkedIn

LinkedIn ialah alat social handal untuk calon pegawai yang terpikat dan menghubungkan dengan industri melewati website ataupun aplikasi LinkedIn dengan 443 juta konsumen di 200 negeri, tetapi LinkedIn dapat pula dipakai buat para profesional yang bertugas di aspek perlengkapan berat serta melihat koneksi profesi mereka (Muhammad et al., 2021).

Sama seperti halnya dengan mengelola media sosial Instagram, praktikan membuat *content plan*. *Content plan* yang sudah dibuat lalu dikumpulkan dan dipresentasikan setiap hari Jumat untuk diperiksa oleh pembimbing untuk dievaluasi apabila sudah diperiksa dan sudah disetujui oleh pembimbing selanjutnya akan dibuat visualnya. *content plan* LinkedIn untuk 1 (satu) minggu ke depan, dalam pengelolaan media sosial LinkedIn praktikan membuat konten sebanyak 5 (lima) kali atau 1 (satu) hari 1 (satu) konten. Untuk *feed* LinkedIn 3 (tiga) kali seminggu yang berisikan konten *knowledge* untuk hari Senin, promosi *spare part* untuk hari Rabu dan konten tentang *company profile* untuk hari Jum'at, sedangkan di hari Selasa dan hari Kamis diunggah dengan konten artikel yang berisikan *knowledge* dan *company profile*.

Tahapan selanjutnya praktikan membuat konten di aplikasi Canva berupa gambar. Selanjutnya praktikan membuat *captions* yang menarik serta yang sesuai dengan konten tersebut, agar konten yang diupload dapat dilihat banyak masyarakat praktikan menambahkan tanda tagar bersama dengan caption, seperti #sewaalatberat #alatberat #forklift #service #merawatanmaintenance. agar dapat menghubungkan dari berbagai pengguna Instagram ke dalam satu kelompok apabila menggunakan hastag yang sama. Selain praktikan membuat konten *feed* LinkedIn, praktikan juga membuat artikel di LinkedIn seperti blog, artikel yang praktikan buat tentang *knowledge* dan *company profile* serta promosi. Adapun beberapa konten yang praktikan buat di platform LinkedIn :

1. Konten *knowledge* di platform LinkedIn



Gambar : 3.6 Konten *knowledge* di platform LinkedIn

sumber : <https://www.linkedin.com/in/pt-perkasa-tehnik-mandiri-907a13214/>

Praktikan diminta untuk membuat konten di LinkedIn yang bertemakan *knowledge* mengenai alat-alat berat berupa penjelasan singkat mengenai alat

berat tersebut, praktikan membuat konten di aplikasi Canva kemudian sebelum mengunggah ke Instagram praktikan menanyakan terlebih dahulu apakah konten tersebut dapat di upload atau ada koreksi.

2. Konten promosi di platform LinkedIn



Gambar : 3.7 Konten promosi spare part di platform LinkedIn

sumber : <https://www.linkedin.com/in/pt-perkasa-tehnik-mandiri-907a13214/>

Gambar 3.7 merupakan konten promosi *spare part* yang di posting di Instagram yang mana tim *Digital Marketing* mendapatkan harga promosi dan foto produk dari tim *Sales Support* untuk di unggah di media sosial perusahaan. Tim *Sales Support* meminta kepada tim *Digital Marketing* untuk menutupi kode barang atau nomor part pada gambar. Apabila konten promosi sudah dibuat tim digital marketing menanyakan terlebih dahulu kepada tim *Sales Support* apakah konten tersebut sudah bisa di unggah atau ada koreksi.

3. Konten promosi jasa di platform LinkedIn



Gambar : 3.8 Konten promosi jasa di platform LinkedIn

sumber : <https://www.linkedin.com/in/pt-perkasa-tehnik-mandiri-907a13214/>

Gambar 3.8 praktikan diminta untuk membuat konten di instagram PT. Perkasa Teknik Mandiri untuk mempromosikan jasa yaitu *preventive maintenance* (PM). Harga jasa yang ditawarkan didapat dari tim *Sales Support* untuk di unggah di Instagram perusahaan, harga yang di unggah tergantung pada jenis forklift serta berapa lama mesin forklift tersebut digunakan, semakin lama forklift di digunakan makan semakin tinggi harga service nya mulai dari harga Rp. 1.300.000 – Rp. 2.900.000 sebelum promosi, setelah promosi dimulai dari harga Rp. 1.150.000 – Rp. 2.200.000. Apabila konten promosi sudah dibuat tim digital marketing menanyakan terlebih dahulu kepada tim *Sales Support* apakah konten tersebut sudah bisa di unggah atau ada koreksi.

4. konten artikel di *platform* LinkedIn



Gambar : 3.9 konten artikel di *platform* LinkedIn

sumber : www.linkedin.com/in/pt-perkasa-tehnik-mandiri-907a13214/

Gambar 3.9 merupakan konten artikel untuk aplikasi LinkedIn mengenai penjelasan alat-alat berat, *profile* perusahaan. praktikan mencari referensi di website milik perusahaan yang bidangnya sama, sebelum praktikan unggah di LinkedIn praktikan cek terlebih dahulu di *Check Plagiarism*. Apabila sudah tidak terdeteksi plagiat maka langkah selanjutnya upload di LinkedIn

Dalam membuat konten praktikan menanyakan kepada pemimbing kerja terkait konten tersebut untuk menanyakan hasil dari edit konten yang telah di buat, dalam hal ini terkadang sering mendapatkan revisi, biasanya revisi berupa *font* yang digunakan, Kemudian apabila semua konten sudah di setuju oleh pemimbing kerja maka praktikan mengunggah konten yang dilakukan sendiri oleh praktikan. Sama hal nya dengan jam unggahan instagram yaitu Setiap hari senin di unggah pada pukul 12:00 – 1:00 siang , hari selasa di unggah pada pukul 3:00 – 4:00 sore

dan 7:00 – 9:00 malam, hari rabu di unggah pada pukul 11:00 – 12:00 siang dan 8:00 – 9:00 malam, Di hari kamis unggah pada pukul 12:00. 4:00 siang, 7:00 dan 9:00 malam, dan yang terakhir hari jumat di unggah pada pukul 11:00 – 12 :00 siang dan 7:00 – 10:00 malam.

3. Mengelola Media Sosial Tiktok

Tiktok merupakan aplikasi yang banyak digemari masyarakat Indonesia sebab dari aplikasi Tiktok menawarkan hal yang berbeda dan menarik apabila di bandingkan dengan instagram, maka dari itu praktikan mengusulkan kepemimbing untuk membuat akun Tiktok karena praktikan melihat bahwa aplikasi Tiktok memiliki potensi bagi perusahaan dapat lebih dikenal ke masyarakat luar, selanjutnya Tiktok tidak hanya untuk mengunggah video hiburan biasa namun seiring berjalannya waktu kini Tiktok sudah berbagai macam konten seperti konten yang mengedukasi, konten sosial dan konten lainnya yang dapat ditemukan di dalamnya, maka dari itu praktikan mengusulkan ke pemimbing untuk membuat akun Tiktok karena praktikan melihat bahwa aplikasi Tiktok memiliki potensi bagi perusahaan dapat lebih dikenal ke masyarakat luar.

Sama seperti hal nya dengan mengelola media sosial Instagram dan LinkedIn, praktikan membuat *content plan*. *Content plan* yang sudah dibuat lalu dikumpulkan dan di presentasikan setiap hari jumat untuk diperiksa oleh pembimbing untuk dievaluasi apabila sudah diperiksa dan sudah di setujui oleh pembimbing selanjutnya akan dibuat visualnya. Konten TikTok untuk 1 (satu) minggu ke depan, dalam pengelolaan media sosial Tiktok praktikan membuat konten sebanyak 2 (dua) kali. Konten Tiktok di unggah pada hari Selasa dan hari Kamis dalam berbentuk video serta di iringi dengan *voice over* serta *background music* agar video terlihat hidup dan menarik, video konten tiktok berdurasi 10 detik – 20 detik, video konten yang dibuat dan di edit pada aplikasi Capcut.

Selanjutnya praktikan membuat *captions* yang menarik serta yang sesuai dengan konten tersebut, agar konten yang di upload dapat di lihat banyak masyarakat praktikan menambahkan tanda tagar bersama dengan caption, seperti #sewaalatberat #alatberat #forklift #service #merawatanmaintenance. agar dapat menghubungkan dari berbagai pengguna Instagram ke dalam satu kelompok apabila menggunakan hastag yang sama Konten Tiktok berisikan *knowledge*,

promosi *spare part*, serta konten hiburan. Adapun beberapa konten yang praktikan buat di platform TikTok :

1. Konten hiburan di platform Tiktok

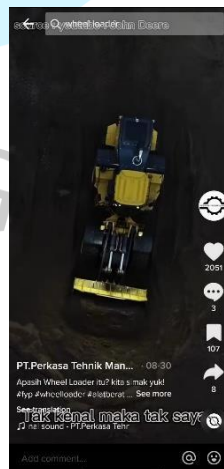


Gambar 3.10 konten video knowledge di platform Tiktok

sumber : tiktok.com/@ptperkasatehnikmandiri

Gambar 3.10 merupakan salah satu konten tiktok yang paling banyak dilihat dan disukai oleh pengguna tiktok, yang mana mencapai 20.300 *like* , 230.400 *viewers*, dan 140 komentar. Konten video ini menjelaskan agar mesin tidak *overhaul* dan cara menanganinya dibungkus dengan candaan.

2. Konten *knowledge* di platform Tiktok

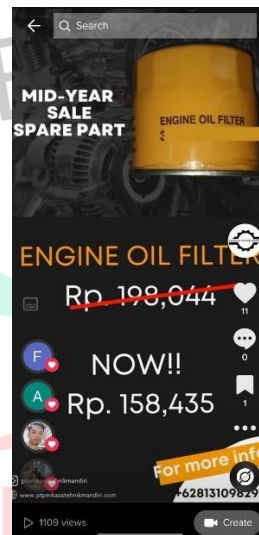


Gambar 3.11 konten video knowledge di platform Tiktok

sumber : tiktok.com/@ptperkasatehnikmandiri

Gambar 3.11 merupakan salah satu konten tiktok bertemakan *knowledge* yang barengin dengan video alat berat yang sedang digunakan jumlah 2051 *like*, 71.600 *viewers* dan 3 komentar.

3. konten promosi *spare part* di platform Tiktok



Gambar 3.12 konten video promosi *spare part* di platform Tiktok

sumber : [tiktok.com/@ptperkasatehnikmandiri](https://www.tiktok.com/@ptperkasatehnikmandiri)

Gambar 3.12 merupakan konten promosi *spare part* dalam bentuk video yang di posting di Tiktok yang mana tim *Digital Marketing* mendapatkan harga promosi dan foto produk dari tim *Sales Support* untuk di unggah di media sosial perusahaan. Tim *Sales Support* meminta kepada tim *Digital Marketing* untuk menutupi kode barang atau nomor part pada gambar. Apabila konten promosi sudah dibuat tim digital marketing menanyakan terlebih dahulu kepada tim *Sales Support* apakah konten tersebut sudah bisa di unggah atau ada koreksi.

Dalam 1 (satu) minggu praktikan membuat dan mengunggah konten pengetahuan sebanyak 1 (satu) kali setiap hari selama diunggah pada pukul 3:00 – 4:00 siang dan 7:00 – 9.00 malam dan membuat dan mengunggah konten promosi sebanyak 1 (satu) kali dalam seminggu setiap hari Kamis diunggah pada pukul 12:00, 4:00, 7:00 dan 9:00.

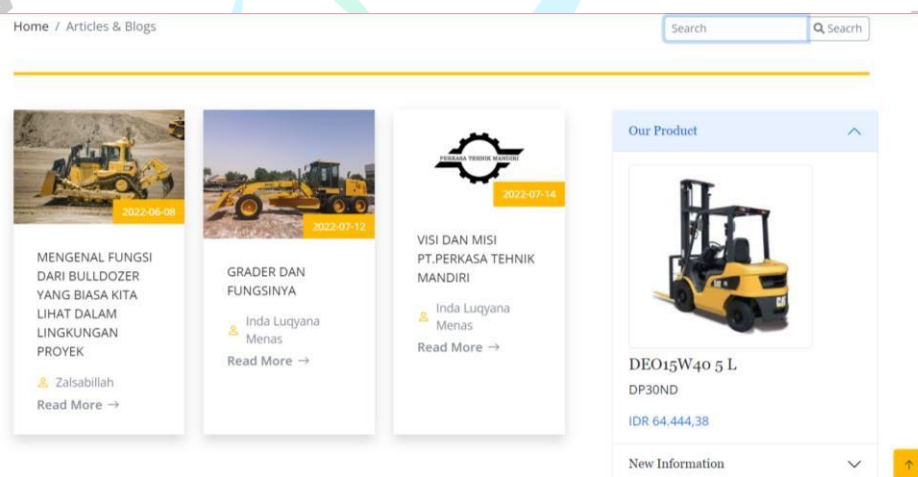
3.2.2 Membuat Artikel Website

Dalam membuat artikel pada perusahaan, sebelum menulis praktikan mencari referensi yang menjelaskan tentang alat-alat berat atau perusahaan yang

bergerang di bidang yang sama dengan perusahaan PT.Perkasa Teknik Mandiri, lalu praktikan mencari referensi di website milik perusahaan yang bidangnya sama setelah mendapatkan referensi untu menulis artikel serta mengetahui tema apa yang akan dibuat. Biasanya penulisan artikel seputar tentang jenis-jenis alat berat, perawatan alat berat serta *company profile*.

Praktikan juga mencari gambar visual untuk artikel seperti gambar yang sesuai dengan judul yang akan di tulis, praktikan mencari gambar atau foto melalui internat dan mengambil foto yang merupakan milik tim teknisi saat sedang bertaktivitas di lapangan. Setelah artikel dibuat praktikan akan mengajukan artikel tersebut ke pemimbing kerja apabila pemimbing kerja sudah menyetujui artikel tersebut setelah itu di unggah di website perusahaan. Sama seperti hal nya dengan mengelola media social lainnya seperti Instagram dan LinkedIn, Tiktok praktikan membuat *content plan*. *Content plan* yang sudah dibuat lalu dikumpulkan dan di presentasikan setiap hari jumat untuk diperiksa oleh pembimbing untuk dievaluasi apabila sudah diperiksa dan sudah di setujui oleh pebimbing selanjutnya akan dibuat visualnya. Adapun konten yang praktikan buat untuk platform website perusahaan :

1. Konten website PT. Perkasa Teknik Mandiri



Gambar 3.13 konten website PT. Perkasa Teknik Mandiri

Sumber : <https://ptperkasatehnikmandiri.shop/home/blog/6>

2. Konten website *knowledge* alat berat



Grader dan Fungsinya

2022-07-12 by Inda Luqyana Menas



Gambar 3.14 Konten website *knowledge* alat berat

Sumber : <https://ptperkasatehnikmandiri.shop/home/blog/6>

3. Konten website Profile perusahaan



Visi dan Misi PT.Perkasa Teknik Mandiri

2022-07-14 by Inda Luqyana Menas



Gambar 3.15 Konten website *profile* perusahaan

Sumber : <https://ptperkasatehnikmandiri.shop/home/blog/6>

Selanjutnya dalam pembuatan artikel dalam 1 (satu) minggu sebanyak 2 (dua) kali, yakni di hari rabu di unggah pada pukul 11:00 – 12:00 siang dan 8:00 – 9:00 malam dan di hari jumat di unggah pada pukul 11:00 – 12 :00 siang dan 7:00 – 10.00 malam.

3.2.3 Membuat Desain Lowongan Kerja

Selama pelaksanaan kerja profesi di PT. Perkasa Teknik Mandiri praktikan juga membuat desain lowongan kerja. Selain praktikan membuat konten di sosial media praktikan juga dapat membuat desain lowongan kerja agar dapat membagikan di halaman sosial media seperti Instagram, LinkedIn, hingga status

whatsapp. sebelumnya pembina kerja profesi memberikan referensi serta informasi hal-hal apa saja yang masuk kedalam kualifikasi perusahaan, kemudian praktikan membuat dan mempertimbangkan desain gambar, kalimat, warna yang akan digunakan. Kemudian apabila praktikan telah selesai mendesain maka langkah selanjutnya mempresentasikan hasil desain lowongan kerja tersebut kepada pembina kerja profesi lalu apabila sudah setuju selanjutnya akan di posting di media sosial.



Gambar 3.16 Desain lowongan kerja

sumber : internal

3.2.4 Aplikasi yang digunakan

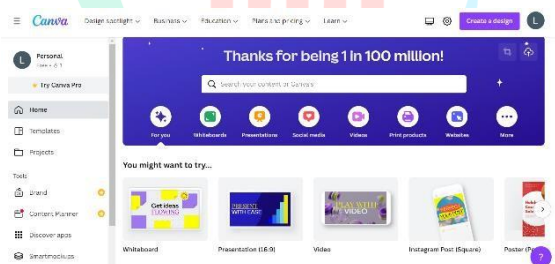
1. Canva

Canva merupakan aplikasi dengan yang menawarkan desain-desain unik dan menarik berupa template, fitur, dan kategori. Desain yang beraneka ragam dan menarik membuat desain menjadi tidak tidak membosankan. Aplikasi Canva memungkinkan untuk semua kalangan yang berfungsi sebagai pengetahuan, kreativitas, dan keterampilan, sehingga aplikasi Canva juga dapat digunakan di berbagai bidang. Canva dapat digunakan oleh semua kalangan karena canva memiliki berbagai macam template seperti untuk presentasi, brosur dan masih banyak lagi. (Garris Pelangi, 2020)

Canva tidak perlu memiliki latar belakang khusus desain karena aplikasi canva ini sudah memiliki template dan di desain untuk mereka yang masih awam dalam hal mendesain. Canva juga dapat di akses dengan menggunakan handphone, laptop, PC dan alat teknologi lainnya. Hasil dari desain konten yaitu akan terus di posting ke dalam media sosial lainnya seperti Instagram, Youtube, LinkedIn dan lainnya

The image shows the Canva logo, which is the word "Canva" in a stylized, blue, cursive font.

Gambar 3.17 Aplikasi Canva
sumber : www.canva.com



Gambar 3.18 tampilan awal aplikasi Canva
sumber : www.canva.com

Keunggulan dalam menggunakan aplikasi canva :

- Canva memudahkan penggunanya untuk membuat desain yang di inginkan seperti pada pembuatan poster, iklan, presentasi dan lainnya di dalam aplikasi Canva.
- Canva memiliki banyak *template* sehingga memudahkan pengguna untuk membuat sesuatu dalam waktu singkat, pengguna hanya menyesuaikan gambar, font, ukuran, dan lainnya yang sudah di sediakan
- Canva mudah di dapatkan bahkan canva sudah bisa di akses di berbagai perangkat.

Kekurangan dalam menggunakan aplikasi Canva :

- a. Aplikasi Canva masih mengandalkan jaringan internet yang stabil, namun apabila dalam perangkat tidak tersambung pada internet maka pada aplikasi canva tidak dapat dipakai.
- b. Aplikasi Canva memiliki beraneka macam sticker, font, *template* dan *lainnya secara* berbayar sehingga ada beberapa *icon* yang bayar mau pun yang tidak tergantung pengguna ingin yang mana.
- c. Aplikasi canva memiliki jumlah peminat yang banyak sehingga terdapat kesamaan desain dengan pengguna lainnya mulai dari tema gambar, font dan lainnya. Namun tergantung pengguna dalam memilih desain yang berbeda.

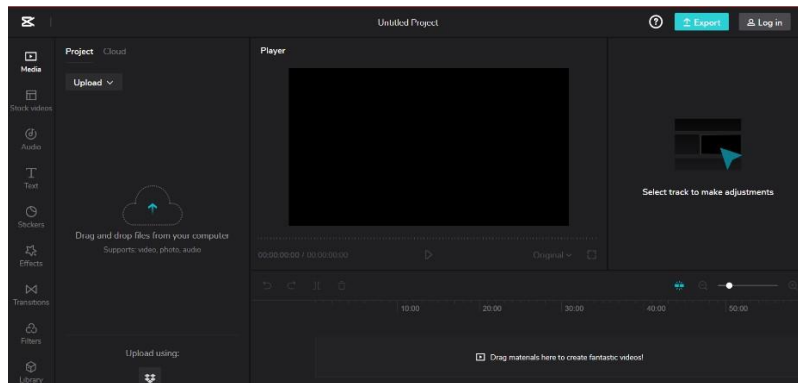
2. Capcut

- Capcut merupakan salah satu *software* yang berfungsi sebagai wadah untuk mengedit suatu video. Capcut merupakan salah satu aplikasi edit video yang memiliki fasilitas yang lengkap dalam mengelola *video*, sehingga aplikasi Capcut banyak digunakan oleh para *content creator* kemudian akan di bagian lagi oleh *content creator* ke dalam media sosial seperti Instagram, Youtube bahkan Tiktok. (Deriyan & Nurmaidina, 2022).

Sama seperti pada aplikasi Canva, di aplikasi Capcut juga siapaun kini bisa mengedit hingga tak perlu memiliki latar belakang khusus. Capcut bisa di akses melalui web, handphone, tab dan lainnya. Hasil dari mengedit video dapat di terus ke dalam media sosial seperti, Instagram, Tiktok, Youtube dan lainnya.



Gambar 3.19 aplikasi capcut
sumber : www.capcut.com



Gambar 3.20 tampilan awal aplikasi Capcut

sumber : www.capcut.com

Kelebihan dalam menggunakan aplikasi Capcut :

- a. Capcut memiliki banyak efek dan filter secara gratis yang menjadi konten video menjadi lebih menarik sehingga membuat video menjadi lebih hidup
- b. Capcut memiliki fitur tanpa *watermark*, berbeda dengan aplikasi gratisan lainnya yang menggunakan *watermark* setelah mengunduh video konten yang telah dibikin.
- c. Capcut bisa digunakan saat *online* maupun *offline*, saat menggunakan aplikasi capcut pengguna dapat mengedit video konten tanpa terhubung internet.

Kekurangan dalam menggunakan aplikasi Capcut :

- a. Aplikasi capcut tidak semua versi android bisa untuk di unduh, aplikasi Capcut memiliki standar minimal untuk pengguna android yaitu minimal versi 5.0.
- b. Aplikasi Capcut memiliki tamplate untuk mengedit video namun tamplate tersebut membuat kuota internet menjadi cepat habis.
- c. Aplikasi Capcut memiliki penyimpanan yang besar yang tadinya hanya 90 *megabyte* (mb) namun bisa menjadi 300 *megabyte* (mb) sehingga membuat pengguna harus memiliki ruang kapasitas yang besar ketika ingin menyimpan video yang telah dibuat.

3.3 KENDALA YANG DIHADAPI

Pada melakukan kegiatan kerja profesi (KP), praktikan mempunyai sebagian hambatan sepanjang aktivitas berjalan. Perihal ini di karenakan praktikan minimnya keahlian dalam dunia perlengkapan berat, antara lain

1. Praktikan di hadapi kesusahan saat mencari ide konten sebab industri tersebut bergerak dalam alat- alat berat yang mana materi tersebut merupakan materi yang banyak praktikan belum ketahui alhasil praktikan mesti mencari materi di luar wawasan praktikan serta menguasai materi yang hendak di sampaikan.
2. Praktikan mengalami kesulitan pada saat jaringan *wifi* mengalami kendala sehingga membuat pekerjaan praktikan menjadi terhambat untuk mengumpulkan, mengunduh serta mengunggah.

3.4 CARA MENGATASI KENDALA

meski praktikan hadapi hambatan sepanjang melaksanakan kegiatan pekerjaan kerja profesi (KP) praktikan bisa membereskan hambatan dengan bagus, ada pula kiat- kiat menanggulangi hambatan sepanjang penerapan, ialah :

1. Praktikan mencari tahu informasi-informasi mengenai alat berat dan perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, sehingga praktikan menemukan informasi-informasi baru untuk di jadikan materi konten, selain itu praktikan aktif bertanya kepada pemimbing kerja agar lebih banyak tahu mengenai alat berat.
2. Pada saat jaringan *wifi* terkena kendala praktikan segera memberi tahu hal tersebut kepada tim IT di kantor agar segera untuk diperbaiki atau praktikan inisiatif untuk menggunakan jaringan internet pribadi agar pekerjaan tidak terhambat.

3.5 PEMBELAJARAN YANG DIPEROLEH DARI KERJA PROFESI

Sepanjang melaksanakan kegiatan pekerjaan (KP) di PT. Perkasa Tehnik Mandiri praktikan memperoleh banyak ilmu serta pengetahuan yang diterima sehabis melakukan aktivitas sepanjang 3 (tiga) bulan. Pembelajaran yang praktikan dapatkan selama melaksanakan kegiatan kerja profesi (KP) diantaranya:

1. Memiliki Pengetahuan Mengenai Alat Berat

Dalam melaksanakan kerja profesi di PT. Perkasa Tehnik Mandiri banyak wawasan serta pengetahuan di dunia alat berat yang diperoleh setelah melakukan magang di perusahaan tersebut, praktikan jadi tahu mengenal

nama alat-alat berat, fungsi dari alat berat serta bagaimana cara perawatannya.

2. Pengelolaan Media Sosial Perusahaan

Selama melaksanakan kerja profesi (KP) pada divisi *Digital Marketing* praktikan jadi mengetahui bagaimana mengelola konten untuk perusahaan, yang dipelajari dari konsep sampai mengunggah konten sehingga Mengasah diri untuk mengembangkan kreativitas serta mempresentasikan pekerjaan.

3. Memiliki kesempatan untuk menjalin relasi baik dalam internal dan external perusahaan

Selama melaksanakan kerja profesi (KP), praktikan mengambil pembelajaran saat bagaimana cara menjalin relasi bersama pihak internal yang ada di perusahaan sedangkan external merupakan *followers* media sosial perusahaan.

4. Menambah pengalaman di dunia kerja

Selama melaksanakan kerja profesi (KP), praktikan secara langsung dibina oleh pembina kerja profesi di perusahaan jadi mengetahui bagaimana duniakerja yang nyata serta menemukan sudut pandang baru yang belum pernah dirasakan sehingga dapat menambah *point* di *Curriculum Vitae*

5. Memiliki nilai lebih setelah melakukan kerja profesi

Praktikan telah melakukan kerja profesi merasa bahwa lebih berpengalaman seta menjadi suatu kebanggan bagi praktikan yang telah melakukannya sehingga membuat praktikan menjadi percaya diri untuk bertanding dalam dunia bekerja.