

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Praktikan melakukan pekerjaannya didigital marketing, peran profesional di bidang ini adalah untuk mengurus media sosial perusahaan dan situs webnya. Pemasaran digital ini adalah pemasaran atau promosi produk atau layanan yang dijual dan ditawarkan oleh bisnis menggunakan media digital atau internet untuk menjangkau konsumen bisnis sasaran. Digital marketing dapat digambarkan di dalamnya sebagai pemasaran media, pemasaran online, kemudian pemasaran online dan e-marketing atau perdagangan elektronik adalah pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan melalui internet” (Hermawan, 2012:206).

Pemasaran digital adalah pemasaran yang menggunakan media sebagai platform untuk membangun citra merek perusahaan dan produk dan layanan yang ditawarkannya, serta untuk mendukung kegiatan penjualan dengan target konsumen. Digital Marketing digunakan pada era yang serba digital ini dianggap sangat efektif dengan tujuan pemasaran untuk menjangkau sebanyak-banyaknya konsumen dengan cara yang lebih efisien dan relevan. Digital marketing memiliki fungsi serta tujuan yaitu :

1. Meningkatkan Engagement

Saat ini media digital sudah semakin canggih, di semua platform digital kita dapat mengukur dan juga mengetahui seberapa besar engagement audiens dan sudah sejauh mana kegiatan promosi yang sedang dilakukan perusahaan. Engagement merupakan sebuah tolak ukur untuk melihat tingkatan audiens terlibat dalam marketing melalui digital. Perumpamaan tersebut secara historis menjadi metrik umum dalam mengevaluasi dari kinerja pemasaran yang ada di media sosial, namun tidak selalu ada dan berujung dipenjualan. Platform digital yang dapat mengukur engagement misal media sosial Instagram, Linked In dan Tiktok serta website yang digunakan untuk promosi produk dan jasa pada perusahaan PT. Perkasa Tehnik Mandiri. Praktikan sebagai Digital Marketing memperhatikan engagement audiens, apabila engagement audiens dalam pemasaran perusahaan menurun, maka Digital Marketing yang bertanggung jawab dalam menaikkan engagement tersebut.

2. Menjangkau Target Pasar yang Lebih Luas

Pada era digital seperti ini dan juga dibukanya pasar bebas akhirnya menciptakan berbagai potensi yang baru untuk perusahaan dapat mengembangkan bisnisnya secara lebih luas lagi. Perusahaan bersaing dalam melakukan transformasi digital agar mencapai pasar lebih lebar sehingga keuntungan yang didapatkan juga akan lebih besar lagi. Digital marketing dapat mengakuisisi pasar baru dan dapat menjangkau berbagai calon konsumen, misal PT. Perkasa Teknik Mandiri dapat menjangkau calon konsumen dari luar kota melalui media sosial yang sebelumnya belum bisa dijangkau oleh perusahaan, namun dengan adanya digital marketing ini target pasar yang dituju oleh perusahaan dapat terjangkau lebih luas.

3. Membangun Komunikasi yang Baik dengan Pelanggan

Digital Marketing membutuhkan keahlian untuk berkomunikasi, pemilihan kata yang digunakan dalam komunikasi membutuhkan kesan persuasive dengan tujuan meningkatnya brand awareness dari perusahaan pada pelanggan, karena itu berarti strategi yang ditetapkan dalam komunikasi harus tepat agar proses dari digital marketing juga dapat berjalan dengan optimal. Digital Marketing pada PT. Perkasa Teknik Mandiri dapat lebih dekat dengan pelanggan dan dapat berkomunikasi lebih baik karena digital marketing memiliki strategi dan komunikasi yang tepat berdasarkan segmentasi pelanggannya, digital marketing perlu memahami siapa target pasar yang akan dituju, misal dalam hal ini subjek tersebut disesuaikan berdasarkan kalangan umur, dengan mengetahui hal tersebut biasanya digital marketing harus memahami bagaimana komunikasi yang digunakan, apakah formal ataupun secara lebih santai, kemudian digital marketing juga perlu memerhatikan faktor situasi dan kondisi, maka dari itu digital marketing menyesuaikan cara berkomunikasi dengan pelanggan agar dapat membangun komunikasi yang baik.

4. Membantu Meningkatkan Penjualan

Dengan adanya digital marketing diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penjualan, berbagai promosi digital yang dilakukan oleh digital marketing akan meningkatkan minat dan juga daya tarik calon pelanggan. Digital marketing pada PT. Perkasa Teknik Mandiri membuat konten promosi pada media sosial yang dimiliki oleh perusahaan, dengan adanya konten promosi yang menarik nantinya target pelanggan akan menghubungi perusahaan lewat media sosial, biasanya

pelanggan bukan hanya dari dalam kota saja, bahkan bisa hingga luar kota, setelah mereka menyetujui dan membayar jasa atau produk yang mereka inginkan maka penjualan akan meningkat dan pemasukan akan bertambah, maka dari itu digital marketing juga dianggap dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

5. Biaya Promosi Lebih Hemat

Saat melakukan pemasaran melalui digital, biaya yang dikeluarkan tentunya lebih murah daripada pemasaran yang dilakukan melalui tradisional. Digital marketing pada PT. Perkasa Teknik Mandiri menggunakan media sosial sebagai platform untuk melakukan pemasaran, Praktikan sebagai digital marketing memiliki tanggung jawab untuk membuat konten mengenai pemasaran produk ataupun suatu jasa yang dijual atau ditawarkan perusahaan, saat membuat konten tersebut praktikan menggunakan kemampuan serta fasilitas seperti kamera dan properti yang dimiliki oleh perusahaan, tidak perlu serumit membuat iklan seperti yang ada di televisi, membuat konten melalui digital ini yang terpenting adalah kreatifitas yang diciptakan untuk menarik perhatian calon pelanggan, saat mengunggah konten juga dilakukan secara gratis dan tidak berbayar, digital marketing mengunggah konten sesuai dengan strategi yang telah diatur, jika ingin mengunggah konten dengan berbayar biasanya biaya yang dikeluarkan juga tidak sebesar seperti iklan di televisi. Digital marketing yang melaksanakan pemasaran secara terencana dengan baik dan juga terarah pastinya akan mendapat jangkauan pelanggan yang tepat dan juga biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan metode pemasaran tradisional.

Dengan melakukan KP ini, praktikan akan diinformasikan dan juga dipandu tentang tugas-tugas yang dilakukan oleh praktikan sehari-hari di pemasaran digital. Dalam pekerjaan ini, juga memiliki tugas pelaporan. Sebelum penghujung hari, diberi tahu tentang pekerjaan yang telah diselesaikan dan apa yang dipelajari dari pekerjaan tersebut. Selama melaksanakan kegiatan Praktik dalam kerja profesi di PT. Perkasa Teknik Mandiri, Praktikan melakukan kerja profesi di divisi digital marketing yang tepatnya dalam pemasaran di media sosial perusahaan. Bidang dalam kerja yang Praktikan lakukan selama bekerja pada divisi digital marketing adalah :

3.1.1 Pengelolaan Media Sosial

1. Instagram

Media sosial Instagram digunakan sebagai suatu media dalam memberi edukasi dan informasi namun melalui visual yang menarik dan juga tidak membosankan. Media sosial Instagram PT. Perkasa Tehnik Mandiri ditujukan bagi calon pelanggan yang biasanya menyukai seperti foto dari alat berat. Praktikan sebagai digital marketing mengelola media sosial Instagram mulai dari merencanakan konten Instagram, menciptakan caption untuk konten yang ingin diunggah, membuat visual mengenai konten yang ingin diunggah, hingga sampai tahap pengunggahan.

Dalam mengelola media sosial Instagram, tentunya praktikan perlu merencanakan konten dalam 1 (satu) minggu berikutnya. Konten dalam feeds Instagram dibuat dan diunggah sebanyak 3 (tiga) konten dalam 1 (satu) minggu yaitu biasa hari Senin pukul 12:00 WIB-13:00 WIB, Rabu pukul 11:00 WIB-12:00 WIB, dan Jumat pukul 11:00 WIB-12:00 WIB. Konten untuk story Instagram dibuat dan diunggah sebanyak 5 (lima) konten dalam 1 (satu) minggu yaitu pada hari Senin pukul 12:00 WIB -13.00, Selasa pukul 15:00 WIB-16:00 WIB, Rabu pukul 11:00 WIB-12:00 WIB, Kamis pukul 12:00 WIB atau pukul 16:00 WIB, dan Jumat jam 11:00 WIB-12:00 WIB. Konten untuk reels Instagram dibuat dan diunggah sebanyak 1 (satu) konten dalam 1 (satu) minggu yaitu biasa pada hari Selasa.

Setelah mendapat persetujuan atas perencanaan konten selanjutnya praktikan membuat desain visual, praktikan kemudian melakukan pengunggahan konten bergantian dengan anggota tim sesama digital marketing setelah konten telah mendapat persetujuan hingga tahap visual nya dari pembimbing. Dalam mengunggah konten untuk Instagram biasanya dilakukan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

2. Media Sosial Linked In

Linked In diperuntukkan bagi internal publik yaitu para pekerja yang merasa tertarik dan ingin terhubung profile nya dengan perusahaan di Linked In. Media sosial Linked In pada PT. Perkasa Teknik Mandiri dapat berguna bagi para professional yang bekerja mungkin pada bidang alat berat, pada Linked In kita juga melihat koneksi pekerjaan mereka yang membuat perusahaan dapat lebih luas lagi dikenal. Linked In PT. Perkasa Teknik Mandiri juga biasanya digunakan untuk menawarkan lowongan pekerjaan bagi para pekerja yang memiliki kemampuan dalam bidang alat berat dan sedang membutuhkan lowongan pekerjaan. Seperti yang dilakukan dalam mengelola media sosial Instagram, maka praktikan juga perlu merencanakan konten untuk media sosial Linked In.

Praktikan merencanakan konten dalam pengelolaan media sosial Linked In yang direncanakan untuk 1 (satu) minggu kedepan. Konten Linked In yang sudah siap akan dibuatkan caption yang sesuai dengan isi dari konten tersebut. Konten pada Linked In dibuat dan diunggah sebanyak 1 (satu) konten dalam 1 (satu) hari, jadi setiap hari Senin sampai dengan Jumat praktikan membuat konten Linked In dalam bentuk feeds maupun artikel yang dahulu disebut dengan Linked In Pulse, Dulu fitur ini terpisah dari Linked In, seiring berjalannya waktu fitur yang dapat menghasilkan postingan blog, berita, dan wawasan ini sekarang sudah terintegrasi langsung ke dalam Linked In. Konten yang sudah disetujui kemudian diunggah sesuai jam yang sama dengan jam yang ditentukan pada unggahan media sosial Instagram. Perencanaan konten untuk Linked In juga dikumpulkan pada setiap hari jumat.

3. Media Sosial TikTok

PT. Perkasa Teknik Mandiri sebelumnya tidak memiliki media sosial TikTok, kemudian praktikan sebagai digital marketing ditugaskan untuk membuat media social TikTok yang sedang populer terutama dalam bidang pemasaran. TikTok ini sekarang banyak diminati dari berbagai kalangan dan dimanfaatkan sebagai wadah untuk mempromosikan suatu produk atau jasa melalui video yang dapat tersebar dengan luas ke khalayak ramai. Praktikan memiliki tanggung jawab untuk mengelola TikTok dan membuat konten promosi untuk meningkatkan penjualan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Praktikan juga merencanakan konten dalam media sosial TikTok yang juga direncanakan untuk 1 (satu) minggu kedepan. Konten yang dibuat untuk unggahan media sosial TikTok biasanya berisi pengetahuan mengenai alat berat dan promosi jasa serta produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Konten media social TikTok dibuat dan diunggah sebanyak 2 (dua) kali dalam 1 (satu) minggu pada hari Selasa pukul 15:00 WIB-16:00 WIB, Rabu pukul 11:00 WIB-12:00 WIB, Kamis pukul 12:00 WIB atau pukul 16:00 WIB.

3.1.2 Mengelola dan Membuat Artikel di *Website* Perusahaan

Sebagai digital marketing, selain bertanggung jawab mengelola sebagian media sosial perusahaan, praktikan membantu mengelola website perusahaan dan memublikasikan artikel untuk ditulis website perusahaan terkait dengan materi. produk atau jasa yang dijual dan disediakan oleh perusahaan. Selain membantu dalam pengelolaan website perusahaan, peran pengelola adalah untuk mengubah tampilan dan nuansa website dan juga memberikan informasi untuk dimasukkan ke dalam website, dengan itu praktikan juga harus menulis artikel yang berkaitan dengan promosi dari. produk dan jasa yang ditawarkan dan dijual dari perusahaan.

Dalam hal ini, praktikan juga bertanggung jawab untuk menulis dan mengunggah artikel ke situs web, tugas ini harus dilakukan setiap hari Jumat, tetapi karena selama pekerjaan profesional, situs web perusahaan belum siap dan prosesnya diperbarui, mengunggah artikel dikerjakan saat KP selesai.

3.1.3 Desain Promosi Perusahaan

Desain ialah proses dalam merencanakan atau dalam perancangan pada suatu objek yang memiliki tujuan untuk objek dapat mempunyai nilai fungsi, juga nilai keindahan, dan memiliki guna untuk manusia. Yang dimaksud desain promosi merupakan desain yang dibuat dengan tujuan mempromosikan suatu objek agar lebih terlihat menarik.

Praktikan memiliki tugas dalam membuat suatu desain promosi untuk perusahaan, seperti membuat desain yang ada untuk brosur tentang produk dan juga jasa yang ditawarkan atau dijual oleh perusahaan, desain mengenai company profile, dan juga membuat desain untuk menjadi stiker yang ditempel. Pada proses membuat desain promosi, praktikan diskusi dan konsultasi bersama pembimbing kerja dari perusahaan mengenai desain yang telah dibuat oleh praktikan, biasanya praktikan bertanya dan berdiskusi misal mengenai warna, bentuk, font tulisan, gambar yang digunakan, isi dan Bahasa pada tulisan serta headline yang ada dalam promosi untuk digunakan di desain tersebut.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Selama Kerja Profesi (KP) berlangsung, tentunya praktikan telah diberi tugas yang sudah sesuai dengan apa yang menjadi bidang praktikan yaitu pada bidang digital marketing, praktikan pekerjaan berikut :

3.2.1 Pengelolaan Media Sosial

Praktikan memiliki sebagai digital marketing memiliki tanggung jawab dalam mengelola media sosial, maka pekerjaan ini masuk pada mata kuliah manajemen pemasaran yang telah dipelajari oleh praktikan di Universitas. Dalam manajemen pemasaran kita perlu mengukur dan juga menganalisis strategi dari proses pemasaran suatu perusahaan. Dalam pengelolaan media sosial ini juga mencakup manajemen pemasaran karena untuk perusahaan dapat meraih target pasar yang diinginkan praktikan menerapkan manajemen dalam pemasaran untuk menentukan strategi yang tepat agar perusahaan mendapat lebih banyak konsumen. Menerapkan manajemen pemasaran dalam pengelolaan media sosial di internet di mulai dari kegiatan mempublikasi hingga melakukan suatu customer relations management.

Dilihat dari kemajuan yang ada, pemasaran selalu dapat berkembang hingga masuk ke ranah digital, pada mata kuliah manajemen pemasaran praktikan belajar mengenai perencanaan, proses dalam pelaksanaan, pengawasan juga kegiatan pengendalian dalam pemasaran pada suatu produk dengan tujuan perusahaan dapat menggapai target dengan efektif dan juga efisien, dalam praktik kerja profesi pada digital marketing ini praktikan melakukan hal-hal yang diajarkan dalam manajemen pemasaran, dimulai dari membuat perencanaan konten, materi, membuat konten, mengunggah konten, dan melakukan proses pelaksanaan pemasaran di media sosial Instagram dan Linked In, selain hanya membuat dan mengunggah konten pemasaran, digital marketing juga memiliki tanggung jawab untuk mengawasi pemasaran yang sedang dilakukan pada media sosial untuk dapat mengendalikan jika ada penurunan atau peningkatan.

3.2.2 Pengelolaan Media Sosial Instagram

Saat merencanakan konten untuk Instagram, langkah pertama adalah mencari referensi untuk membuat konten dan materi promosi apa yang harus disampaikan oleh konten tersebut. Praktikan biasanya mencari referensi konten melalui akun perusahaan lain dalam industri yang sama, yaitu Heavy Equipment. Selain konten yang dimiliki oleh perusahaan lain dalam industri yang sama, mencari referensi yang relevan juga bisa dari sumber artikel di Internet. Dari mendapatkan referensi konten milik perusahaan lain ataupun dari artikel yang ada di *internet*, praktikan juga mencari materi pada teknisi yang ada dan turun langsung ke lapangan karena biasanya teknisi tersebut lebih berpengalaman, mengenai materi yang ada dan dapat mengkonfirmasi langsung isi dari materi yang ingin disampaikan sudah sesuai atau belum dengan kebenarannya.

Langkah kedua membuat spreadsheet di Excel yang berisi content plan, content plan ini menjelaskan strategi khusus yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan branding. Setelah memutuskan materi apa yang akan dikirim untuk mendorong produksi konten Instagram, perlu memasukkan materi tersebut ke dalam tabel rencana konten Instagram. Tabel subjek berisi konten apa yang akan disampaikan, yaitu deskripsi visual dari konten yang diunggah dan juga keterangan yang ingin gunakan untuk menggambarkan konten yang diunggah serta memberikan informasi tentangnya.

Langkah ketiga meminta persetujuan pembimbing yang bertanggung jawab atas pekerjaan. Pada tahap ini, desain konten yang telah selesai dikirim.

Pembimbing harus menilai kembali bahwa perencanaan konten yang dilakukan sesuai dengan keinginan perusahaan atau materi yang seharusnya, praktikan harus meninjau hingga rencana dianggap tepat dan pembimbing telah menyetujuinya sebelum masuk ke tahap konten berlanjut ke proses produksi, namun jika perencanaan konten yang dilakukan sesuai dan disetujui dapat langsung menuju tahap proses unggah konten.

Selanjutnya, membuat caption untuk konten Instagram. Pertama, mencari referensi dalam pembuatan konten. Saat kita membuat caption untuk konten Instagram, kita perlu mencari referensi penjelasan konten serta frase menarik untuk Instagram dalam menarik minat pelanggan potensial pada produk dan layanan yang dijual dan ditawarkan perusahaan. Praktikan perlu menentukan *hashtag* apa yang ingin digunakan dalam mengunggah konten promosi. Pada pembuatan caption dalam konten yang ada di Instagram, praktikan juga perlu mencantumkan *hashtag* seperti *#alatberat* *#trakindo* *#forklift* *#maintenancealatberat* dan sebagainya. Di langkah tersebut praktikan perlu membuat *hashtag* yang sesuai dalam *caption* untuk Instagram, *hashtag* biasanya berhubungan satu sama lain dengan isi konten yang diunggah, *hashtag* berguna untuk memudahkan pencarian konten yang diinginkan karena biasanya *hashtag* yang dicantumkan berupa kata kunci yang berhubungan dengan isi konten, dengan *hashtag* biasanya konten yang diunggah menjadi lebih mudah dicari karena sesuai dengan pengelompokannya dalam konten yang relevan.



Gambar 3.1 Akun Media Sosial Instagram
Sumber : www.instagram.com/ptperkasatehnikmandiri

Sesuai dengan penjelasan yang ditelaah dijelaskan, setelah caption dibuat, maka praktikan akan memasukan juga ditabel rencana konten Instagram. Pada saat proses praktikan membuat suatu desain visual untuk konten Instagram, maka praktikan perlu mencaris sebuah referensi agar mendapatkan pemikiran untuk mengedit desain yang visual, lalu praktikan juga mencari suatu referensi mengenai ide untuk desain yang digunakan dalam konten, dimulai dari menentukan tema, warna, dan font yang akan digunakan pada konten tersebut, dalam membuat desain praktikan juga biasa konsultasi kepada pembimbing, apakah tema dan warna dll cocok apabila dipadukan. Praktikan membuat desain dengan semenarik mungkin agar calon pelanggan memiliki ketertarikan atas produk dan juga jasa yang dijual dan ditawarkan perusahaan. Praktikan mencari referensi melalui internet, biasanya praktikan juga mencari desain yang sedang populer pada saat konten ingin diunggah sehingga dapat menarik perhatian calon pelanggan, dalam melengkapi suatu konten visual praktikan biasanya juga menambahkan gambar atau foto dan video sesuai dengan isi konten untuk menggambarkan calon pelanggan terhadap apa yang ingin disampaikan pada konten agar calon pelanggan lebih paham, mengerti dan lebih mendapat gambaran mengenai isi konten tersebut. Praktikan dalam mengelola konten visual biasanya menggunakan aplikasi canva untuk mengedit konten. Aplikasi canva ini disediakan oleh perusahaan untuk memudahkan praktikan dalam mengedit konten, aplikasi canva yang disediakan oleh perusahaan juga aplikasi yang sudah premium atau berbayar agar praktikan tidak terbatas dalam menggunakan fitur-fitur yang ada dalam membuat konten.



Gambar 3.2 Konten Promosi Media Sosial Instagram
Sumber : www.instagram.com/ptperkasatehnikmandiri

Tahapan terakhir yang dilakukan praktikan yaitu menyusun waktu dalam mengunggah konten dengan terorganisir. Praktikan mengunggah konten sendiri bergantian dengan anggota dari tim *digital marketing* saat konten sudah diberi *approval* oleh pembimbing kerja. Pengunggahan konten dalam *feeds* Instagram dibuat dan diunggah sebanyak 3 (tiga) konten dalam 1 (satu) minggu biasa dihari Senin pukul 12:00 WIB-13:00 WIB, Rabu pukul 11:00 WIB-12:00 WIB, dan Jumat pukul 11:00 WIB-12:00 WIB. Konten untuk *story* Instagram dibuat dan diunggah sebanyak 5 (lima) konten dalam 1 (satu) minggu yaitu pada hari Senin pukul 12:00 WIB -13.00, Selasa pukul 15:00 WIB-16:00 WIB, Rabu pukul 11:00 WIB-12:00 WIB, Kamis pukul 12:00 WIB atau pukul 16:00 WIB, dan Jumat jam 11:00 WIB-12:00 WIB. Konten untuk *reels* Instagram dibuat dan diunggah sebanyak 1 (satu) konten dalam 1 (satu) minggu yaitu biasa pada hari Selasa sama seperti dalam pengelolaan konten Instagram *feeds*.

3.2.3 Pengelolaan Media Sosial Linked In

Linked In diperuntukkan bagi internal publik adalah para pekerja ingin terhubung profilnya dengan perusahaan di Linked In. Dalam Linked In PT. Perkasa Tehnik Mandiri meminta praktikan sebagai digital marketing untuk mengunggah konten yang berhubungan dengan bidang yang relevan dengan perusahaan, praktikan juga mengunggah konten mengenai pekerjaan yang dilakukan dalam perusahaan saat mempromosikan produk dan jasa yang dijual dan ditawarkan perusahaan, Linked In juga digunakan untuk membuka peluang untuk pekerja yang memiliki keahlian dalam bidang alat berat agar bisa bekerja di PT. Perkasa Tehnik Mandiri.



Gambar 3.3 Akun media sosial Linked In
Sumber : www.linkedin.com/in/pt-perkasa-tehnik-mandiri

Praktikan sebelumnya membuat perencanaan konten Linked In didalam konten plan perusahaan, kemudian dalam merencanakan konten Linked In ini praktikan menemukan referensi dalam membuat konten, dalam Linked In ini kebanyakan konten yang ada berisi mengenai pengetahuan tentang alat berat, terkadang saat perusahaan membutuhkan pekerja dalam suatu bidang tertentu digital marketing juga membantu perusahaan untuk membuat dan mengunggah konten lowongan kerja, mencari pekerja melalui akan lebih mudah dan sesuai

pada bidang karena audience nya sudah dikelompokkan sesuai bidang dan pencarian.

Pada desain visual konten Linked In yang dilakukan oleh praktikan sebagai digital marketing yaitu praktikan akan mencari suatu referensi dalam membuat konten dan mendapatkan suatu ide yang baru untuk mengedit desain dari visual, lalu praktikan perlu menentukan tema dan yang lainnya. Praktikan juga biasanya mencari perusahaan yang serupa mengenai alat berat melalui Linked In untuk mencari referensi contoh, selain itu juga praktikan oerky mencari referensi dari internet. Untuk melengkapi suatu konten visual juga, praktikan juga perlu mencari dari gambar maupun foto atau video yang sudah sesuai dengan isi konten yang ingin disampaikan. Praktikan biasanya mendownload gambar serta foto maupun video dari internet dan praktikan sering mendapat foto juga video dari teknisi diperusahaan yang ada langsung dilapangan.

Praktikan mengedit suatu konten untuk Linked In juga menggunakan aplikasi canva premium atau berbayar yang sudah disediakan oleh perusahaan. Kemudian setelah konten sudah diedit, perlu menciptakan caption untuk konten Linked In, praktikan biasanya mencari suatu referensi mengenai pengertian dari isi pada konten yang diunggah dan juga kalimat untuk menarik perhatian. Dalam membuat caption Linked In, praktikan biasanya lihat disumber referensi untuk pembuatan konten, misal dalam konten yang berisi pengetahuan biasanya praktikan mencari sumber dari artikel yang ada di internet, praktikan juga akan membuat caption sesuai yang ada pada artikel tersebut namun diubah dengan kalimat yang lebih menarik untuk dibaca pada konten visual Linked In.

Selanjutnya dalam Linked In juga terdapat hashtag yang disertakan dengan caption, Hashtag yang digunakan pada caption Linked In juga seperti #alatberat #forklift #trakindo #maintenancealatberat #sparepartalatberat dan lain-lain yang relevan terhadap perusahaan. Dalam menentukan hashtag ini praktikan biasanya menyesuaikan hashtag apa yang sesuai untuk dicantumkan ke dalam caption Linked In. Hashtag biasanya disesuaikan juga dengan isi konten untuk calon pelanggan dapat dengan mudah mencari beberapa hal yang relevan dengan apa yang dibutuhkan, misal saat membutuhkan jasa untuk perawatan alat berat, calon pelanggan akan mencari hashtag maintenance alat berat kemudian akun PT. Perkasa Tehnik Mandiri akan tertera beserta kontennya yang relevan. Setelah

konten, caption, dan hastag sudah siap diunggah praktikan akan mencantulkannya pada tabel perencanaan konten Linked In.

Setelah itu praktikan menanyakan saran dan approval dari pembimbing kerja. Jika sesuai jadi digunakan dalam melengkapi konten untuk kemudian dapat diunggah, namun jika beberapa bagian ada yang perlu diubah maka praktikan perlu melakukan revisi terhadap bagian yang harus diubah, misalnya gambar yang perlu diganti, kalimat yang belum sesuai, maupun penempatan pada desain yang kurang bagus untuk dilihat.



Gambar 3.4 Konten media sosial Linked In
Sumber : www.linkedin.com/in/pt-perkasa-tehnik-mandiri

Setelah konten sudah mendapat approval dari pembimbing, praktikan perlu mengatur waktu untuk mengunggah konten agar tertata. Saat mengunggah konten pada Linked In dilakukan oleh praktikan bergantian dengan tim sesama digital marketing pada setiap hari Senin sampai Jumat sebanyak 1 (satu) konten dalam 1 (satu) hari.



Gambar 3.5 Artikel pada media sosial Linked In
Sumber : www.linkedin.com/in/pt-perkasa-tehnik-mandiri

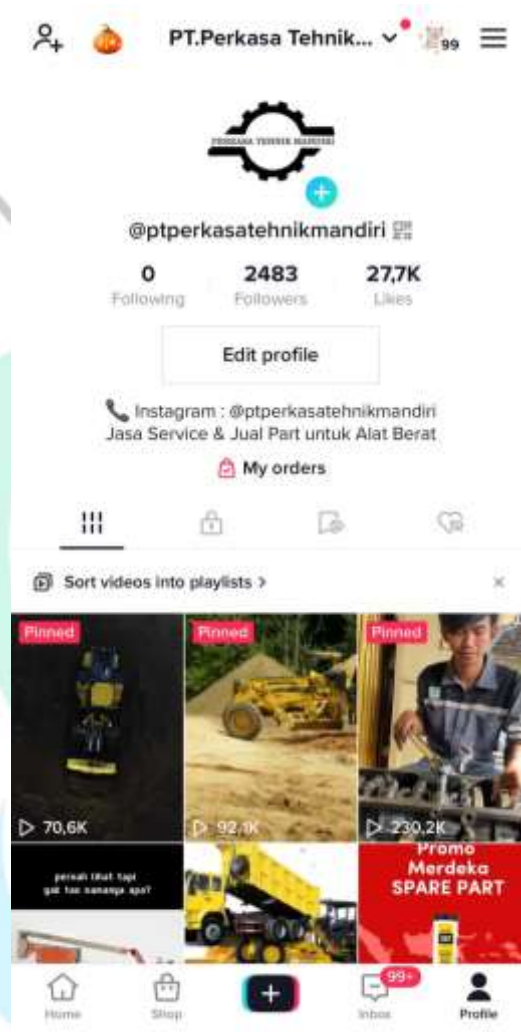
Selain membuat konten dalam media sosial Linked In, praktikan juga bertugas untuk membuat artikel pada Linked In. Linked In tidak hanya berisi konten dan foto namun Linked In seperti blog, Linked In artikel akan membuat perusahaan agar dapat mempublikasi artikel. Sebelumnya fitur ini disebut dengan Linked In Pulse juga fitur ini terpisah dengan Linked In tetapi fitur yang berisi postingan dari blog, berbagai berita, dan juga wawasan ini sekarang sudah masuk bersama langsung kedalam Linked In. Pada saat menulis beberapa artikel di Linked In praktikan awalnya melakukan pencarian referensi dalam menulis artikel, Dalam menulis beberapa artikel pasti praktikan membutuhkan sebuah referensi dan biasanya praktikan mencari berbagai referensi ini pada artikel tentang alat berat ataupun perusahaan pada bidang yang bergerak di general contractor di internet atau juga website milik perusahaan lain di bidang ini. Artikel yang ditulis berupa wawasan pengetahuan ataupun mengenai perusahaan dengan diselipkan konten promosi dalam mempromosikan jasa dan produk yang ditawarkan dan praktikan juga mencantumkan gambar serta foto yang tepat dan menggambarkan apa tema yang ditulis di artikel. Praktikan mencari gambar ataupun foto dari sumber internet dan juga foto dari teknisi dilapangan. .

Setelah artikel selesai, praktikan mengajukan tulisan ke pembimbing agar diperiksa sebelum tulisan tersebut dipublikasi. Jika artikel sudah di approval oleh pembimbing kerja, praktikan mengunggah artikel tersebut ke media sosial Linked In perusahaan. Hasil tulisan dari artikel tersebut kemudian disebarluaskan untuk publik dengan tujuan terciptanya dan terjaganya hubungan yang positif dari publik dengan perusahaan serta melakukan promosi apabila ada yang membutuhkan jasa dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Praktikan menulis tulisan dalam bentuk artikel dan diunggah di Linked In agar mudah diakses.

3.2.3 Pengelolaan Media Sosial TikTok

Sekarang ini mungkin media sosial dianggap sebagai sebagai media yang efektif dalam promosi terutama media social TikTok. Perusahaan sebelumnya tidak memiliki akun TikTok, namun saat praktikan melakukan kerja profesi praktikan memberi masukan untuk perusahaan membuat akun TikTok karena TikTok akan memberikan keuntungan yang didapatkan dengan kegiatan promosi perusahaan, TikTok dapat memberikan sebuah informasi tanpa biaya yang besar, pada TikTok pembuatan konten juga dapat dilakukan dengan waktu yang

dikatakan cukup singkat. Promosi melalui media sosial dapat meliputi iklan, promosi penjualan, pemasaran langsung, pemasaran personal dan public relation (Rangkuti, 2009).



Gambar 3.6 Akun Media Sosial TikTok
Sumber : www.tiktok.com/@ptperkasatehnikmandiri

Perusahaan menyetujui pembuatan akun TikTok perusahaan dan meminta praktikan sebagai digital marketing untuk membuat akun TikTok perusahaan juga melakukan promosi melalui konten yang menarik agar perusahaan dapat lebih dikenal oleh khalayak ramai. Pembuatan konten TikTok juga dimasukkan kedalam perencanaan konten yang setiap minggunya diberikan kepada pembimbing, sebelum membuat konten pada TikTok, praktikan tentunya melakukan perencanaan konten dengan pertama mencari referensi melalui sumber internet, kemudian praktikan mengembangkan materi yang ingin dibahas pada konten

dengan melihat konten yang sedang populer untuk dapat diterapkan pada konten yang ingin dibuat. Konten yang populer di TikTok biasanya akan masuk ke halaman yang bisa dilihat orang banyak disebut dengan *for your page* atau disingkat *fyp* untuk mendapatkan *like* dan *comment*.

Konten TikTok yaitu dalam bentuk video yang biasanya diedit oleh praktikan menggunakan aplikasi CapCut dan VN. Video yang diedit biasanya ditambahkan lagu atau musik, tulisan, dan effect video yang dapat membuat video terlihat lebih menarik. Konten pada TikTok biasanya diselingi oleh hiburan yang lucu dengan diselipkan promosi atas suatu jasa ataupun produk yang dijual dan ditawarkan perusahaan, setelah konten dibuat di TikTok juga terdapat caption yang ditulis untuk menambahkan keterangan dalam konten, pada caption tersebut juga dituliskan hashtag untuk memudahkan penonton video dalam mencari konten yang relevan. Setelah konten TikTok selesai dibuat praktikan juga perlu berdiskusi dan meminta pendapat kepada pembimbing kerja sebelum konten diunggah di TikTok, setelah konten mendapat persetujuan untuk diunggah maka konten sudah dapat diunggah dengan caption dan hashtag yang juga sudah disetujui. Konten diunggah sesuai waktu yang telah ditentukan yaitu sebanyak 2 (dua) kali dalam 1 (satu) minggu pada hari Selasa pukul 15:00 WIB-16:00 WIB, Rabu pukul 11:00 WIB-12:00 WIB, Kamis pukul 12:00 WIB atau pukul 16:00 WIB. perusahaan menyetujui pembuatan akun TikTok perusahaan dan meminta praktikan sebagai *digital marketing* untuk membuat akun TikTok perusahaan juga melakukan promosi melalui konten yang menarik agar perusahaan dapat lebih dikenal oleh khalayak ramai. Pembuatan konten TikTok juga dimasukkan kedalam perencanaan konten yang setiap minggunya diberikan kepada pembimbing, sebelum membuat konten pada TikTok, praktikan tentunya melakukan perencanaan konten dengan pertama mencari referensi melalui sumber *internet*, kemudian praktikan mengembangkan materi yang ingin dibahas pada konten dengan melihat konten yang sedang populer untuk dapat diterapkan pada konten yang ingin dibuat. Konten yang populer di TikTok biasanya akan masuk ke halaman yang dapat dilihat oleh banyak orang yang disebut dengan *for your page* atau disingkat *fyp* untuk mendapatkan *like* dan *comment*.

Konten TikTok yaitu dalam bentuk video yang biasanya diedit oleh praktikan menggunakan aplikasi CapCut dan VN. Video yang diedit biasanya ditambahkan lagu atau musik, tulisan, dan effect video yang dapat membuat video

terlihat lebih menarik. Konten pada TikTok biasanya diselingsi oleh hiburan yang lucu dengan diselipkan promosi jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan, setelah konten dibuat di TikTok juga terdapat *caption* yang ditulis untuk menambahkan keterangan dalam konten, pada *caption* tersebut juga dituliskan *hashtag* untuk memudahkan penonton video dalam mencari konten yang relevan. Setelah konten TikTok selesai dibuat praktikan juga perlu berdiskusi dan meminta pendapat kepada pembimbing kerja sebelum konten diunggah di TikTok, setelah konten mendapat persetujuan untuk diunggah maka konten sudah dapat diunggah dengan *caption* dan *hashtag* yang juga sudah disetujui. Konten diunggah sesuai waktu yang telah ditentukan yaitu sebanyak 2 (dua) kali dalam 1 (satu) minggu pada hari Selasa pukul 15:00 WIB-16:00 WIB, Rabu pukul 11:00 WIB-12:00 WIB, Kamis pukul 12:00 WIB atau pukul 16:00 WIB.



Gambar 3.7 Konten Media Sosial TikTok
Sumber : <https://www.tiktok.com/@ptperkasatehnikmandiri>

Konten yang diunggah sebagai digital marketing oleh praktikan di TikTok ternyata banyak diminati oleh banyak pemilik akun. Konten yang diunggah memiliki paling banyak 230.200 penonton, 20.300 likes, 140 comment dan 1.317 penyimpanan dengan konten berisi pengetahuan bagaimana cara untuk mencegah mesin agar tidak overhaul. TikTok sebagai media sosial baru dalam perusahaan justru menjadi minat paling banyak dan konten paling disukai dibanding media sosial lain.

3.2.4 Mengelola dan membuat artikel di *website* perusahaan

Dalam pengelolaan *website* milik perusahaan, maka praktikan bertugas untuk mengedit berbagai tampilan pada *website* milik perusahaan, saat melakukan kegiatan kerja profesi juga praktikan ditugaskan untuk membantu pihak *Information Technology* (IT) dalam mengelola tampilan dari *website* perusahaan, karena *website* milik perusahaan baru diperbarui. Dengan ubah berbagai tampilan dari *website* milik perusahaan, kemudian praktikan diberikan akses agar bisa mengelola *website* milik perusahaan, yang dilakukan antara lain memberikan beberapa keterangan di *website*, menginput beberapa produk yang dijual oleh perusahaan dan juga menambahkan foto untuk diunggah pada *website* perusahaan.



Gambar 3.8 Profile Website Perusahaan
Sumber : <https://ptperkasatehnikmandiri.shop/home>

Praktikan juga memiliki tanggung jawab untuk membuat artikel di *website* perusahaan. Saat sebelum praktikan membuat artikel ini praktikan terlebih dahulu mencari referensi untuk bahan dasar pembuatan artikel. Praktikan mencari sumber dari artikel tentang alat berat dan pada perusahaan dibidang *general contractor* yang juga mengunggah artikel. Setelah mendapatkan referensi dan materi apa yang ingin ditulis pada artikel selanjutnya praktikan akan langsung menulis artikel dan tidak lupa menyelipkan promosi perusahaan untuk meningkatkan minat terhadap produk ataupun jasa yang dijual dan ditawarkan oleh perusahaan.



Gambar 3.9 Artikel pada Website Perusahaan
Sumber : <https://ptperkasatehnikmandiri.shop/home>

Artikel yang diunggah oleh praktikan ditambahkan gambar berupa *visual* agar artikel terlemgkapi, praktikan mencari gambar serta foto berhubungan dengan isi artikel dan dapat menggambarkan apa yang tertulis dalam artikel dan tidak lupa mencantumkan sumber atau biasa juga milik perusahaan dari teknisi saat mereka dilapangan.

Saat tulisan untuk artikel sudah selesai, kemudian praktikan tetap perlu menanyakan tulisan beserta gambar yang ingin diunggah ke pembimbing agar di *approval* oleh pembimbing sebelum diunggah pada *website*. Artikel yang diunggah pada *website* juga telah diatur dalam waktu yang telah ditentukan yaitu diunggah oleh praktikan setiap hari Jumat.

3.2.5 Desain Promosi Perusahaan

Desain adalah proses dari rencana ataupun rancangan atas suatu objek yang memiliki tujuan untuk objek dapat memiliki nilai dari fungsi, nilai dari keindahan, dan dapat berguna untuk manusia. Desain promosi merupakan desain yang dibuat dengan tujuan mempromosikan suatu objek agar lebih terlihat menarik.



Gambar 3.10 Brosur Perusahaan
Sumber : Internal Perusahaan

Dalam melakukan desain promosi, perlunya praktikan dapat menciptakan sebuah konsep suatu ide. Diperlukannya referensi mengenai ide-ide dari desain perusahaan lain untuk dapat dikembangkan menjadi suatu ide baru menjadi lebih segar, unik dan menarik. Desain yang ditulis berisi informasi tentang produk dan juga jasa yang dijual dan ditawarkan perusahaan agar dapat dilihat oleh calon pelanggan yang nantinya akan menarik perhatian juga minat akan produk dan jasa yang ditawarkan. Dalam membuat desain promosi ini ada beberapa hal yang perlu

dipertimbangkan misal seperti gambar yang ingin dicantumkan, warna pada huruf dan corak tertentu, kalimat atau kata dan *font* huruf. ilustrasi ataupun gambar juga perlu dipertimbangkan karena dengan penempatan ilustrasi secara tepat akan menarik khalayak untuk melihat desain promosi tersebut. Desain promosi yang sudah selesai juga perlu *approval* dari pembimbing kerja untuk kemudian dapat disebarluaskan oleh praktikan.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam melakukan Kp tentu saja Praktikan menghadapi masalah-masalah yang muncul, antara lain :

1. Sulit menemukan konten berupa ide-ide yang berubah hampir setiap hari, karena perusahaan tempat bekerja bergerak di bidang alat berat konstruksi, perlu mencari bahan dari pengetahuan asing praktikan. Mesin bangunan dan konstruksi yang tidak diketahui oleh praktikan membuat praktikan perlu memahami dan mengetahui semua informasi tentang apapun yang berhubungan dengan perusahaan untuk menggunggah konten pemasaran digital.
2. Jaringan WLAN yang disediakan oleh perusahaan sering mengalami kegagalan akibatnya para praktisi sering mengalami kesulitan dalam mengakses, mengunduh atau mengunggah rencana dan konten yang hampir semua proses dalam pekerjaan kantor (WFO) memerlukan Internet.
3. Situs web perusahaan baru-baru ini diperbarui dan tidak berfungsi, jadi ini benar-benar menyulitkan praktikan untuk mengunggah di situs web perusahaan.
4. Adanya jadwal *Work From Home (WFH)* membuat praktikan terkadang kesulitan dalam berkomunikasi dengan tim sesama *digital marketing* dan pembimbing kerja untuk berdiskusi mengenai perencanaan konten yang ingin diunggah.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Kendala dari yang dihadapi praktikan ketika menjalankan Kerja Profesi, tentunya harus diatasi oleh praktikan agar praktikan mampu menyelesaikan kegiatan Kerja Profesi dengan lancar. Beberapa hal yang dilakukan untuk mengatasi berbagai kendala selama KP adalah:

1. Praktikan terus menambah pengetahuan tentang alat berat serta berbagai perusahaan yang bergerak di bidang konstruksi untuk membantu praktikan mengelola dan memahami materi bisa juga dengan mengajukan pertanyaan kepada teknisi yang lebih tahu tentang alat berat dan terjun langsung ke lapangan.
2. Pada saat jaringan *wifi* yang ada di kantor buruk, Praktikan segera memberitahu pihak *Information Technology* (IT) di perusahaan untuk segera dapat diperbaiki, terkadang praktikan juga menggunakan jaringan *internet* pribadi pada saat waktu tertentu.
3. Praktikan membantu proses pembuatan *website* dan memanfaatkan fitur yang tersedia di media sosial *Linked In* untuk sementara mengunggah artikel.
4. Pada saat *Work From Home (WFH)* praktikan mengadakan diskusi *online* melalui *zoom* yang waktunya telah diatur sehari sebelumnya agar dapat lebih mudah berkomunikasi dengan tim sesama *digital marketing* dan juga pembimbing kerja profesi.

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Pada saat melakukan KP di PT. Perkasa Teknik Mandiri, praktikan tentunya mendapatkan berbagai pembelajaran baru, diantaranya yaitu :

1. Memiliki pengetahuan pada bidang alat berat
Selama menjalankan kegiatan dari kerja profesi di PT. Perkasa Teknik Mandiri dapat mengetahui pekerjaan apa saja yang dilakukan pada bidang alat berat, selain itu praktikan juga mengetahui beberapa pengetahuan yang belum diketahui praktikan sebelumnya mengenai alat berat serta bagaimana cara perawatannya.
2. Pengelolaan media sosial perusahaan
Selama menjalankan kerja profesi pada divisi *Digital Marketing*, praktikan mengetahui cara dalam mengelola konten yang dibuat untuk media sosial perusahaan dimulai dari merencanakan konsep konten hingga waktu yang tepat dalam pengunggahan konten terutama dengan tujuan promosi.
3. Pengelolaan *website* perusahaan
Selama menjalankan kerja profesi pada divisi *Digital Marketing*, praktikan juga belajar mengelola *website* perusahaan. Praktikan ikut terlibat dalam konsep

yang ingin digunakan pada *website*, mengedit beberapa hal pada *website*, dan mengunggah artikel pada *website*

4. Membuat media promosi perusahaan dan pekerjaan di bidang lainnya.

Selama menjalankan kerja profesi pada divisi *Digital Marketing*, praktikan mendapatkan pengetahuan dalam membuat suatu desain promosi berbentuk *brosur, flyer, poster, company profile* atau yang lain sebagainya.

5. Pengalaman di dunia kerja

Selama menjalankan kerja profesi pada divisi *Digital Marketing* praktikan mendapat pengetahuan mengenai dunia kerja yang nyata dan juga tantangan yang ada agar praktikan tetap dapat bertahan dengan persaingan kerja yang ada.

