

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA PROFESI

#### 3.1 Bidang Kerja

##### 3.1.1 Social Media Management

*Social Media Management* merupakan orang yang memiliki tanggungjawab penuh untuk mengatur unggahan konten pada sosial media suatu *brand* atau perusahaan (Juwita, 2017). Tidak mudah untuk menjadi *Social Media Management*, bidang yang sudah diberikan kepercayaan untuk mengatur atau mengurus media sosial perusahaan diharuskan untuk mempunyai *skill* untuk mengedit serta merangkai kata. Bukan hanya itu, *Social Media Management* juga diharapkan dapat membuat konten yang menarik serta memahami strategi-strategi untuk meningkatkan *engagement* media sosial perusahaan. Dalam pekerjaan ini juga memerlukan kreativitas guna menciptakan konten yang unik dan menarik untuk disebarkan kepada audiens.

Aktivitas media sosial di sebuah perusahaan sangat penting untuk aktif diimplementasikan guna memperkenalkan produk dan layanan dari perusahaan (Juwita, 2017). Dalam hal ini, sebuah perusahaan dapat memperluas jangkauan pasarnya serta memperkenalkan produknya ke masyarakat luas. Selain itu, pengemasan konten yang menarik dari seorang *social media specialist* berpotensi menarik *customer* baru, sehingga produk dan layanan perusahaan lebih dikenal oleh khalayak. Pada umumnya, konten perusahaan biasanya memuat segala produk dan aktivitas dari perusahaan itu sendiri. Dengan demikian, konten dan pesan yang dikemas oleh *social media Management* harus menarik perhatian audiens karena tampilan konten yang dipublikasikan nantinya akan berpengaruh pada *image perusahaan*.

Posisi kerja sebagai *social media management* berkaitan dengan ranah Ilmu Komunikasi khususnya minor Public Relations (PR), karena sesuai dengan salah satu tugas PR adalah membentuk saluran komunikasi untuk membentuk citra baik perusahaan, maka hal ini sama dengan pekerjaan seorang *social media specialist* yang memanfaatkan platform *owned media* atau media sosial resmi milik perusahaan untuk meningkatkan reputasi dan *brand awareness* dari produk-produk atau kegiatan perusahaan kepada target audiens yang tepat, yakni melalui

strategi produksi konten.

Sebagai seorang *social media specialist*, tentu harus memiliki sebuah strategi dan taktik dalam mengemas konten menarik dan informatif guna meningkatkan *brand awareness* serta membangun persepsi positif di kalangan audiens. Dengan demikian, terdapat beberapa tahap dalam memproduksi konten media sosial, yaitu sebagai berikut:

#### 1. **Content Plan**

Tahap *Content Plan* menjadi suatu hal yang penting untuk dilakukan bagi seorang *social media specialist* karena perencanaan konten nantinya akan membuat sebuah kemudahan agar konten tersusun rapi dan terstruktur. *Content plan* adalah sebuah proses perencanaan pengembangan konten sehingga mampu mencapai tujuan akhir yang bisa bermanfaat bagi perusahaan (Martini, 2022). Proses dalam pembentukan *content plan* ini mulai dari menentukan topik, bentuk, saluran (*platform*) yang akan digunakan, hingga jadwal publikasi suatu konten. Dalam menyusun sebuah *content plan*, diharapkan dapat melakukan sebuah riset referensi sebagai gambaran konten yang akan diproduksi. Hal ini juga bisa disebut sebagai *content strategy*, dimana menyangkut proses riset tren, penentuan target audiens, dan tips-tips agar membuat konten mampu disukai dan menarik. Kemudian, perencanaan konten (*content strategy*) juga perlu didiskusikan dengan para staff di sebuah perusahaan sebagai wadah saran dan masukan sebelum mengambil keputusan untuk mempublikasikan konten tersebut.

Dalam membuat suatu *content plan* yang ideal, terdapat beberapa hal yang perlu praktikan pahami, yaitu pertama ketahui apa tujuan akhir yang diinginkan oleh perusahaan dari produksi konten ini, apakah untuk meningkatkan *engagement* yang meliputi *likes*, *comment*, dan *shares* pada unggahan media sosial, meningkatkan *followers*, atau promosi produk baru. Ketika tujuan telah ditetapkan maka akan semakin mudah mengarahkan produksi konten yang sesuai. Kedua adalah melakukan identifikasi brand, kegiatan ini adalah mencari tahu perusahaan yang kita representasikan pembuatan kontennya termasuk kedalam kategori perusahaan apa. Jika hal ini telah diketahui, maka akan semakin mudah menentukan target audiens yang sesuai. Ketiga, membuat kalender konten khusus untuk setiap *platform* atau media sosial yang digunakan. Keempat, selalu riset topik-topik yang sedang viral atau digemari setiap harinya, khususnya yang sangat dekat dengan bidang kategori perusahaan. Dari sini, praktikan akan

mampu memberikan referensi *keyword* untuk isi konten yang menarik. Terakhir adalah membuat variasi bentuk konten. Usahakan untuk memberikan sesuatu yang baru dan dilakukan secara konsisten. Praktikan telah mempelajari mengenai pembuatan *content plan* dari mata kuliah yang pernah dipelajari yaitu *Humas Online*, dalam mata kuliah tersebut praktikan mempelajari cara membuat *content plan* yang terstruktur menggunakan Excel. Dalam tahap ini, praktikan bisa menetapkan *content pilar* atau kategorisasi (pengelompokkan) sifat konten, seperti contoh konten edukatif yang berisikan *insight* atau informasi bermanfaat untuk audiens biasanya dalam bentuk tips dan trik untuk mengatasi suatu masalah. Lalu, ada juga yang disebut sebagai konten *emotional* atau yang memfokuskan pada interaksi dengan audiens bisa dalam bentuk tanya jawab atau permainan. Konten *functional* dimana untuk promosi produk dari perusahaan, dalam *content pilar* ini dijelaskan berbagai keunggulan dan alasan mengapa konsumen harus membeli produk. Terakhir, adalah konten *agile* atau konten yang diproduksi memanfaatkan situasi atau tren yang sedang berlangsung. Ketika membentuk *content plan*, bisa saja terdapat *content pilar* lain selain dari yang telah dijelaskan sebelumnya.

Dalam hal ini, aktivitas *social media management* di PT. Rizki Putra Dinamika dimulai dengan diskusi bersama atasan dan juga staff lainnya. Setelah itu, membuat membuat perencanaan dengan waktu dan periode tertentu serta membuat beberapa konten sampel untuk diperlihatkan kepada pihak staff dan atasan. Dalam hal ini, riset dan konten sampel yang diproduksi tentunya harus relevan dengan gambaran perusahaan dan mendukung visi serta misi perusahaan.

## 2. **Content Implementation**

Secara umum, implementasi bukan sebatas aktivitas yang dilakukan, namun melainkan sebuah aktivitas yang terencana dan terstruktur guna mencapai tujuan aktivitas tersebut (Nanda, 2017). Dalam tahap ini, tim *social media management* PT. Rizki Putra Dinamika akan memproduksi konten sesuai dengan perencanaan konten yang telah disetujui. Pada produksi konten, visual yang ditampilkan harus relevan dengan warna dasar dari perusahaan.

Selain itu, di satu sisi konten visual tentunya akan dicantumkan logo perusahaan sebagai identitas dari konten tersebut. Selanjutnya, hal yang juga perlu diperhatikan dalam produksi konten yaitu *key message* dari konten tersebut.

Namun, setelah konten telah diproduksi, publikasi akan dilakukan setelah konten disepakati oleh para staff dan juga atasan perusahaan. Setelah itu, konten yang telah disetujui akan diunggah ke media sosial perusahaan sebagai bahan publikasi di hari tersebut.

### 3. **Content Evaluation**

Pada tahap terakhir terdapat poin evaluasi yang di mana menjadi sebuah wadah perbaikan dari perencanaan dan produksi konten (Thifalia, 2021). Dalam hal ini, evaluasi dapat menjadi sebuah poin pertimbangan apakah topik konten yang telah direncanakan dan dipublikasikan layak untuk diproduksi di masa mendatang. Selain itu, tahap evaluasi juga dapat menjadi sebuah wadah untuk mengukur *feedback* dari audiens, baik itu pesan masuk, komentar, *likes* dan *engagement* konten. Pada intinya, evaluasi dapat menjadi sebuah alat ukur untuk mengetahui keberhasilan dan kegagalan dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Kegiatan ini juga bisa disebut sebagai *social media monitoring* atau proses memahami, merespons, dan mencatat opini dari produk atau konten yang dipublikasi di media sosial. Setelah melakukan *job desc* sebagai seorang *social media specialist* di perusahaan pembasmi hama, praktikan telah membuat total 20 konten yang telah diunggah pada social media *Riztra Pest Control*. Praktikan bisa menghitung *engagement rate* baik dari akun media sosial atau dari setiap postingan. Contoh penghitungan *engagement rate* dari platform Instagram, yaitu total *engagement (like, comment, share)* dilihat dari *insight view* dibagi total *reach* x 100 atau bisa juga melihat *engagement* per postingan dengan rumus *total engagement on post* dibagi *total followers* x 100.

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa Social Media Specialist merupakan bagian dari bentuk strategi untuk melakukan promosi atau meningkatkan *branding* dan menciptakan reputasi yang baik untuk perusahaan. Promosi penjualan produk atau membentuk suatu *awareness* produk merupakan hal yang penting dalam *marketing communications* dimana hal-hal tersebut menjadi keutamaan dalam peningkatan penjualan perusahaan.

## 1. **Pekerjaan Utama**

### 1.1. **Mengelola Konten Media Sosial @Riztrapest.management**

Selama melakukan kerja profesi di PT. Rizki Putra Dinamika, praktikan diminta untuk mengolah akun media sosial Instagram, Facebook, Google

Business sebagai tugas utama. Dalam melakukan kegiatan ini, adapun pengolahan akun media sosial yang meliputi *planning, producing implementation, and evaluation*. Hal ini telah dipelajari oleh praktikan saat menjalani mata kuliah Humas Online dimana praktikan mempelajari dengan seksama bagaimana cara pengelolaan akun media sosial perusahaan mulai dari perencanaan hingga tahapan evaluasi yang harus dilakukan. Praktikan mendapatkan ilmu dari mata kuliah Humas Online untuk membuat *content plan* menggunakan Microsoft Excel dengan membuat tema terlebih dahulu disertakan dengan caption dan jam postingan tersebut akan diunggah pada media sosial. Hal tersebut merupakan hal yang berpengaruh terhadap kualitas konten pada media sosial agar unggahan yang dilakukan terunggah secara teratur dan konsisten. Ketika membuat suatu *caption* dalam konten postingan, praktikan melakukan beberapa tahapan mulai dari memperhatikan ejaan, menghindari penggunaan singkatan yang kurang dimengerti dan kesalahan penulisan. Kedua, menuliskan *keywords* atau informasi penting di awal *caption* agar informasi penting tersebut bisa dibaca lebih awal dan tidak terpotong oleh target audiens. Menuliskan *caption* yang mengajak audiens untuk melakukan sesuatu (*call to action*). Terakhir adalah memastikan tulisan *caption* sesuai dengan isi keseluruhan konten.

Dalam hubungan masyarakat online, kegiatan kehumasan memanfaatkan teknologi jaringan serta multimedia. Hubungan masyarakat online memberikan bentuk promosi produk ataupun *branding* perusahaan secara efektif demi membangun citra perusahaan yang kuat bersama konsumen. Selain itu, hubungan masyarakat online memudahkan kita untuk menjangkau konsumen dengan lebih spesifik yang sesuai dengan target market perusahaan.

Sebelumnya, media sosial *Riztra Pest Control* tidaklah terlalu aktif secara konsisten mengenai konten-konten khusus *branding* perusahaan serta layanan yang tersedia di *Riztra Pest Control*. Praktikan diberikan kesempatan magang di PT. Rizki Putra Dinamika guna mengelola media sosial brand *Riztra Pest Control* secara aktif dan konsisten selama berjalanya kerja profesi. Melalui kesempatan ini, praktikan ingin membuat perubahan pada perusahaan dengan meningkatkan *engagement brand* *Riztra Pest Control* serta menciptakan reputasi yang baik di mata konsumen melalui media sosial perusahaan. Melalui hal ini menjadikan media sosial sebagai tempat yang efektif untuk membantu citra perusahaan dan membangun reputasi yang baik di mata publik.

Selama menjalani kerja profesi di PT. Rizki Putra Dinamika, praktikan diberikan tanggung jawab untuk membuat konten sosial media khusus brand *Riztra Pest Control* dalam bentuk format gambar ataupun video yang dilengkapi dengan audio visual. Dalam memproduksi konten-konten ini praktikan menerapkan beberapa langkah, yaitu *update* terhadap tren atau sesuatu yang sedang *hype*, hal ini dikarenakan masyarakat selalu senang ketika mengikuti sesuatu yang sedang *trending*. Praktikan mencari dan menganalisis contoh-contoh konten dengan *engagement* tinggi dan melakukan proses memodifikasi dengan bentuk yang lebih kreatif serta menghindari segala bentuk plagiasi. Praktikan juga mengidentifikasi respon dari target audiens mengenai apa saja konten yang membuat mereka lebih tertarik. Terakhir dalam memproduksi konten, praktikan menggunakan strategi *storytelling* atau bercerita akan sesuatu hal yang menarik dan khususnya yang mampu memicu emosi dari target audiens. Pembuatan konten video biasanya dilakukan berdasarkan perencanaan tema video yang sudah didiskusikan bersama staff perusahaan dengan melakukan dokumentasi saat pelayanan pembasmi hama dilakukan oleh teknisi berlangsung. Sedangkan untuk konten format gambar, praktikan memberikan perencanaan ide untuk konten yang akan dibuat dengan tujuan membangun *awareness* masyarakat mengenai pelayanan jasa pembasmi hama.

## **1.2 Admin Social Media Riztra Pest Control**

Ketika menjalani kerja profesi sebagai *social media specialist*, praktikan menjadi admin media sosial perusahaan yang meliputi Instagram, Facebook, dan Google Business. Praktikan diminta untuk mengelola seluruh hal yang berada di media sosial untuk mengelola konten secara konsisten selama 3 bulan berjalanya kerja profesi di PT. Rizki Putra Dinamika. Praktikan memiliki tanggung jawab penuh untuk membuat konten serta *caption* seluruh media sosial perusahaan. Pada platform Instagram, praktikan mengunggah feeds, reels, dan story. Konten Google Business, praktikan diminta untuk membuat *caption* serta konten yang akan diunggah pada Google Business perusahaan.

Begitu pula dengan Facebook, praktikan turut membuat konten dan *caption* di Instagram yang sudah turut serta tersambung pada media sosial Facebook perusahaan. Bukan hanya itu, praktikan juga diminta untuk selalu memperhatikan ulasan Google bintang 5 perusahaan dan harus membantu untuk

meningkatkan ulasan Google bintang 5 pada laman Google *Riztra Pest Control*. Praktikan juga bertugas untuk berinteraksi dengan para calon customer baru secara *online* yang bertujuan untuk melakukan promosi terkait pelayanan atau jasa yang tersedia di Riztra Pest Control.

Pada sosial media Instagram praktikan berinteraksi dengan para *customer* menggunakan *tools direct message* yang berguna untuk menjalin komunikasi satu dengan lainnya pada aplikasi Instagram. Sedangkan untuk Facebook praktikan berinteraksi dengan para customer melalui kolom komentar yang berada pada *page* Facebook Riztra Pest Control. Saat melakukan interaksi dengan para *customer Riztra Pest Control*, praktikan diminta untuk menanggapi keluhan-keluhan yang dilontarkan oleh para customer dan memberikan tanggapan yang masuk akal serta sesuai dengan arahan dari staff perusahaan mengenai klarifikasi terkait kerjaan yang dikeluhkan oleh para *customer* terkait jasa pelayanan oleh Riztra.

Dengan menanggapi keluhan yang diberikan oleh *customer*, praktikan implementasikan pelajaran yang didapat dari mata kuliah Manajemen Reputasi, dimana pada mata kuliah tersebut praktikan diajarkan untuk menjaga reputasi sebagai pelaku bisnis dengan konsisten yang dimiliki dalam menjaga mutu pelayanan perusahaan di mata publik.

## **2. Pekerjaan Tambahan**

### **2.1. Menjalani Kegiatan *Customer Relationship Management***

Kegiatan *Customer Relationship Management* merupakan salah satu strategi dimana perusahaan ingin lebih mengetahui dan memahami pelanggan/konsumennya. Selain itu, adapun beberapa tujuan dari aktivitas *Customer Relationship Management* yang dapat bermanfaat bagi perusahaan yaitu sebagai berikut (Adani, 2020):

Ketika perusahaan menjalankan aktivitas *Customer Relationship Management*, hal ini dapat bertujuan untuk meningkatkan sebuah profit bagi perusahaan dengan adanya hubungan yang baik antara pihak perusahaan dengan pihak eksternal. Selain itu, ketika perusahaan menyampaikan dan membagikan informasi dengan lengkap mengenai produk atau layanannya, hal ini dapat memaksimalkan hubungan yang baik antara perusahaan dan juga pihak eksternal. Dan yang terakhir, menghasilkan sebuah konsistensi ketika

menyebarkan informasi yang sudah terintegrasi kepada pihak eksternal.

*Customer Relationship Management* bukan hanya memberikan pelayanan yang terbaik, tetapi juga karena perusahaan memiliki data serta mengenal konsumen, maka perusahaan diwajibkan untuk memberi pelayanan yang lebih baik agar konsumen menjadi loyal dan menganggap pelayanan kita adalah yang terbaik. “*CRM is strategy where banks to build and manage long-term relationship with their customer service, as well as improvement and management of customer expectations and loyalty.*” Berdasarkan kutipan tersebut dapat disimpulkan bahwa teori CRM sangatlah perlu untuk diterapkan karena selain untuk meningkatkan dalam pelayanan juga dapat memperbaiki serta mengelola sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

PT. Rizki Putra Dinamika kerap berusaha menjalankan *Customer Relationship Management* dengan konsisten dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para konsumen agar meningkatkan rasa loyalitas terhadap jasa pelayanan oleh perusahaan. Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa *Customer Relationship Management* merupakan bagian dari bentuk strategi yang penting untuk diaplikasikan dimana perusahaan menjaga hubungan baik bersama konsumen salah satunya dengan memberikan pelayanan yang baik dan terpercaya kepada konsumen demi terciptanya loyalitas para konsumen terhadap jasa/pelayanan yang sudah diberikan oleh perusahaan.

## **2.2. Membuat Budgeting**

*Budgeting* merupakan proses pengaturan anggaran yang digunakan untuk menghitung suatu *budget* atau anggaran kebutuhan yang diperlukan dalam suatu *event* yang akan diselenggarakan oleh perusahaan. Anggaran perusahaan biasanya mencakup aspek keuangan dan non-keuangan dari rencana dan berfungsi sebagai kerangka kerja yang terperinci dengan teratur demi pekerjaan masa depan perusahaan. Anggaran keuangan mengukur nilai yang diharapkan manajemen dalam hal pendapatan, arus kas, serta kesehatan keuangan perusahaan.

Laporan keuangan tidak hanya dengan menyusun laporan untuk periode sebelumnya, tetapi juga menyiapkan laporan untuk periode berikutnya, seperti anggaran laba rugi, anggaran laporan arus kas, anggaran neraca. Dalam sebuah perusahaan *Budgeting* merupakan langkah penting yang harus diperhatikan

dengan benar agar keuangan perusahaan dapat tetap pada kestabilan yang tepat.

### **2.3. Melakukan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)**

Menurut Kotler, pemasaran langsung merupakan aktivitas penjualan secara langsung yang menyediakan barang dan jasa kepada para konsumen dan biasanya perusahaan atau organisasi mengirimkan email secara langsung, melakukan telemarketing dan menjual langsung kepada konsumen (Fadillah, 2021). Selain itu, ada umumnya, pihak perusahaan yang melakukan aktivitas *direct marketing* berkomunikasi langsung dengan para *customer* untuk menjelaskan mengenai deskripsi produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu, pemasaran langsung saat ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi untuk berjualan, namun pemasaran dapat menjadi sebuah alat yang efektif untuk berinteraksi dengan *customer* untuk jangka panjang. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pemasaran langsung merupakan sebuah hubungan langsung yang terjadi dengan konsumen untuk mencapai hubungan pelanggan yang abadi. Praktikan telah mempelajari mengenai *direct marketing* kepada calon *customer* baru atau disebut juga dengan *lobbying* dari mata kuliah Pengantar Public Relation yang pernah dipelajari oleh praktikan selama menjalani perkuliahan di Universitas Pembangunan Jaya. Dilansir dari website [sampoernauniversity.ac.id](http://sampoernauniversity.ac.id), dalam hal ini, terdapat beberapa poin indikator dalam sebuah aktivitas *direct marketing* yaitu sebagai berikut.

#### **1. *Face to face Selling***

Secara definisi, *face to face selling* merupakan sebuah bentuk pertama dari aktivitas *direct marketing*, yang di mana adanya komunikasi secara langsung antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan jasa yang ditawarkan (Sampoerna University, 2022). Dalam hal ini, setiap perusahaan khususnya staff, perlu menerapkan *face to face selling* untuk menjelaskan produk dan layanan yang dimiliki perusahaan. Dalam poin ini, para staff perlu memperhatikan aspek kemenarikan, ramah, sopan dan pemahaman yang mendalam terkait produk, sehingga dapat menjawab pertanyaan dari calon konsumen dan dapat mempersuasanya untuk menggunakan produk atau jasa dari perusahaan.

#### **2. *Telemarketing***

Secara definisi, aktivitas telemarketing merupakan salah satu bentuk

aktivitas *direct marketing* yang di mana menggunakan alat berupa telepon untuk menjual produk dan jasa secara langsung kepada konsumen (Sampoerna University, 2022). Pada poin ini, *telemarketing* juga termasuk ke dalam sebuah aktivitas *direct marketing*. Dalam menerapkan hal ini, staff perusahaan tidak perlu untuk menjelaskan produk atau jasa secara langsung, namun hanya memerlukan kesiapan waktu untuk menghubungi *customer* lewat telepon dengan tetap menerapkan aspek kesopanan, keramahan dan aksi persuasif dalam berbicara.

### **3. Online Marketing**

Dalam poin ini, *online marketing* merupakan sebuah aktivitas dan bagian dari *direct marketing* yang implementasinya memasarkan produk atau jasa melalui platform digital yang terhubung dengan internet, sehingga kelebihan dari *online marketing* ialah perusahaan bisa membuat website atau platform sendiri dan berkesempatan bekerja sama dengan pihak ketiga (Sampoerna University, 2022). Di era digital saat ini, perusahaan cenderung menggunakan media sosial sebagai alat promosi produk dan jasa mengingat terdapat banyak khalayak yang kini menggunakan media sosial sebagai aktivitas dan juga berbelanja. Dalam hal ini pada biasanya PT. Rizki putra Dinamika sering mengaplikasikan *direct marketing* kepada para calon pelanggan baru dan klien yang sudah lama bekerja sama dengan kita untuk membangun hubungan yang kuat dan tetap.

#### **2.4. Membuat Power Point untuk launch produk pelayanan Riztra Pest Control**

Praktikan diminta untuk membuat design Power Point yang unik dan informatif untuk *launch* produk atau layanan terbaru oleh *Riztra Pest Control* yang akan dilakukan pada waktu mendatang. Launch akan diadakan dengan mengadakan seminar yang dilengkapi dengan penjelasan mengenai produk atau layanan menggunakan Power Point.

#### **2.5. Membuat Animasi untuk Produk Baru Riztra Pest Control**

Selain membuat design Power Point, praktikan juga diminta untuk membuat animasi yang bertema produk atau layanan oleh *Riztra Pest Control*. Event launch produk yang akan diadakan dapat lebih menarik tidak hanya dengan PowerPoint saja, tetapi membuat Animasi kartun yang menarik dan kreatif agar para *audience* tertarik dengan produk yang ditawarkan.

## **2.6. Melakukan Administrasi**

Administrasi merupakan suatu pekerjaan yang mengatur segala dokumen kebutuhan kantor di PT. Rizki Putra Dinamika. Kegiatan administrasi meliputi menata hasil *report treatment*, memesan kendaraan untuk keperluan transportasi karyawan kantor, melakukan kegiatan surat menyurat, memperhatikan kebutuhan-kebutuhan kantor, membuat agenda, sebagai notulensi saat meeting berjalan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan administrasi berperan penting dalam memudahkan segala kegiatan serta keperluan kantor di PT. Rizki Putra Dinamika.

## **2.7. Membuat Desain Grafis**

Desain Grafis merupakan kegiatan mendesain untuk semua kebutuhan *marketing communications*, seperti membuat desain untuk konten pada media sosial, desain spanduk yang akan dipamerkan pada suatu *event* tertentu, desain brosur, dll. Tentu saja setiap desain yang telah dibuat harus mendapatkan *approval*/konfirmasi terlebih dahulu dari pihak departemen. Kegiatan Desain Grafis dibutuhkan kreativitas serta skill untuk mengedit serta dilengkapi dengan membuat kata-kata yang menarik dan mengandung makna persuasif.

## **3.2. Pelaksanaan Kerja**

### **3.2.1. Pekerjaan Utama**

#### **1. Mengelola Konten Media Sosial Riztra Pest Control**

##### **A. Perencanaan**

Pada pelaksanaan kegiatan *social media specialist* di PT Rizki Putra Dinamika, praktikan membuat sebuah konten untuk akun resmi di beberapa media sosial perusahaan, seperti Instagram dan google *business*. Dalam hal ini, sebelum praktikan memproduksi konten, praktikan dan staff lainnya berdiskusi dan melakukan rapat singkat untuk menentukan konten yang akan dipublikasikan. Selain itu, praktikan juga melakukan riset sebelum membuat perencanaan konten. Terdapat beberapa tahap yang praktikan lakukan dalam memproduksi konten media sosial yaitu melakukan riset, membuat perencanaan konten, implementasi produksi konten dan juga evaluasi konten.

Dalam melakukan riset konten, praktikan mencari beberapa referensi

konten mengenai informasi dan artikel yang berkaitan dengan *pest control* atau pembasmi hama. Dalam mencari referensi, praktikan melakukan *monitoring* beberapa website perusahaan kompetitor dan juga media online yang mempublikasikan artikel seputar industri pembasmi hama. Setelah mendapatkan referensi konten, praktikan mengumpulkan *link* referensi di *draft file* untuk dimasukkan ke dalam perencanaan konten nantinya.

Pada proses pembuatan perencanaan konten praktikan membuat tabel di *file Microsoft Excel* untuk mengumpulkan ide konten yang akan dibuat nantinya. Adapun isi perencanaan konten yang praktikan buat yaitu memuat topik pembahasan, ringkasan informasi, *caption*, tanggal publikasi dan *link referensi*. Kemudian, dari perencanaan konten yang telah praktikan buat, nantinya akan didiskusikan dengan para staff PT Rizki Putra Dinamika untuk menentukan konten yang akan dipublikasikan ke beberapa media sosial perusahaan. Dalam perencanaan konten, setelah menyerahkan perencanaan kepada staff perusahaan kemudian dilakukan diskusi antar praktikan dan staff perusahaan mengenai perencanaan konten yang telah dibuat oleh praktikan. Diskusi meliputi tema konten yang akan diangkat, warna yang akan disesuaikan dengan logo perusahaan, dengan melakukan diskusi praktikan akan lebih mendapatkan pengetahuan baru dari staff perusahaan mengenai konten yang cocok dan sesuai untuk meningkatkan citra perusahaan serta *brand awareness* pada media sosial perusahaan.

## **B. Produksi**

Selanjutnya, saat memproduksi konten, praktikan membuat sampel konten di aplikasi *canva* untuk dinaikkan kepada para staff perusahaan. Kemudian, ketika praktikan sudah mendapatkan *approval* dan beberapa revisi, maka praktikan langsung memproduksi konten berupa *visual* dan juga *caption* untuk dipublikasikan ke media sosial perusahaan. Dalam produksi konten, praktikan menempatkan logo perusahaan dan menyesuaikan warna *visual* dengan ciri khas dan karakteristik perusahaan. Hal tersebut dilakukan agar *audience* dapat mengenai brand *Riztra Pest Control* sudah identik dengan warna hijaunya yang melambangkan alam dan kesegaran serta kesehatan. Dengan begitu, arti lambang warna yang digunakan oleh brand Riztra sudah sesuai dengan bidangnya yang bergerak pada kesehatan lingkungan yang sehat dan terbebas dari segala jenis macam hama.

Praktikan juga selalu diminta untuk menempatkan logo Bangsa Buatan Indonesia sebagai bentuk kebanggaan perusahaan dimana *Riztra Pest Control* merupakan jasa pelayanan pembasmi hama berbasis lokal, hal ini dilakukan agar para *audience* media sosial mengetahui bahwa *Riztra Pest Control* adalah pelayanan pembasmi hama dari Indonesia yang tidak kalah berkualitas dengan perusahaan pelayanan pembasmi hama dari luar negeri. Konten dengan format gambar juga harus diperhatikan kualitasnya oleh praktikan.

Konten yang diposting pada media sosial tidak diperbolehkan memiliki kualitas yang buruk seperti *blur* atau pecah. Praktikan sengaja membuat setiap desain dengan *tone* berwarna hijau agar sesuai dengan logo *Riztra Pest Control* yang identik dengan warna hijau daun. Praktikan juga tidak lupa untuk menempatkan nomor *whatsapp business* dan nomor telepon perusahaan agar setiap audiens yang melihat postingan tersebut di media sosial tidak sulit dalam mencari nomor telepon untuk memesan jasa pelayanan pembasmi hama *Riztra Pest Control*. Bukan hanya konten format gambar saja yang diperhatikan oleh praktikan. *Caption* pada setiap media sosial juga harus untuk dibuat dengan sebenar-benarnya dan disertakan kalimat yang informatif serta mengandung makna persuasif. Ketika praktikan sudah memastikan seluruh konten format gambar dan *caption* telah rapih dan sesuai, praktikan akan menaikkan bahan konten tersebut kepada staff perusahaan dengan meminta staff perusahaan untuk melakukan approval terhadap konten yang sudah dibuat agar dapat diunggah pada media sosial perusahaan. Setelah memproduksi konten tersebut, praktikan langsung berkoordinasi dengan para staff perusahaan dan mempublikasikannya ke beberapa media sosial perusahaan.



Gambar 3.1 Hasil Kerja Penyusunan Konten oleh Praktikan

Sumber: Dokumen Pribadi

Pada gambar 3.1 praktikan membuat konten mengenai informasi tentang bahayanya serangga tawon vespa, dimana serangga tersebut merupakan serangga paling bahaya pada spesies tawon. Pada konten ini praktikan menjabarkan apa saja dampak yang akan muncul dari sengatan oleh tawon vespa. Praktikan menggunakan warna hijau untuk menyesuaikan dengan logo Riztra yang identik dengan warna tersebut.

Mengenai rubrik pada media sosial Riztra, terdapat dua rubrik konten yang diproduksi yaitu diantaranya informasi mengenai hama dan juga hari besar nasional. Dalam informasi mengenai hama, rubrik ini menjelaskan informasi terkait jenis hama yang berbahaya bagi sektir industri dan penanganan serta produk yang tepat untuk mengantisipasi dan menghilangkan hama tersebut. Kemudian pada hari besar nasional, praktikan membuat konten terkait peringatan hari besar nasional yang ada di setiap tahunnya.

### C. Evaluasi

Setelah memproduksi konten, praktikan dan para staff perusahaan rutin untuk melakukan evaluasi pada setiap sebulan sekali, tepatnya tanggal 5 pada awal bulan yang dimana seluruh staff perusahaan mengadakan *meeting* bersama dan mempresentasikan hasil kerjanya selama sebulan terakhir. Pada kegiatan

*meeting* itu setiap ketua masing-masing divisi melakukan presentasi dengan menunjukkan hasil kerjanya kepada direktur serta komisaris perusahaan.

Saat menjalani evaluasi, hasil report selama 1 bulan kerja ditampilkan pada Power Point saat berjalanya meeting bulanan pada awal bulan, hal ini dilakukan agar seluruh staff perusahaan mengetahui hasil kinerja yang telah dilakukan oleh para karyawan perusahaan mengalami peningkatan atau tidak. Begitupun praktikan, sebagai *social media specialist intern*, hasil kinerja praktikan turut ditampilkan pada saat adanya meeting keseluruhan antara karyawan serta pemimpin perusahaan.

Hasil kinerja praktikan dinilai berdasarkan hasil seberapa meningkatnya *engagement* media sosial perusahaan di setiap media sosial yang dikelola oleh praktikan. Penilaian terhadap hasil kerja praktikan juga dilihat dari hasil desain yang dibuat oleh praktikan, apakah cukup menarik atau *eye catching* di mata seluruh staff perusahaan. Setelah hasil kinerja praktikan ditampilkan pada Power Point meeting bulanan, setiap masing-masing staff perusahaan diberikan kesempatan untuk memberikan pendapat serta saran terhadap hasil kinerja praktikan selama mengelola media sosial perusahaan selama 1 bulan.

## **2. Admin Social Media**

Dalam proses kerja menjadi admin sosial media, praktikan mengunggah seluruh konten khusus media sosial perusahaan yang meliputi Instagram, Facebook, dan Google Business. Sebelum mengunggah konten pada sosialmedia perusahaan, praktikan diharuskan untuk memastikan dengan teliti bahwa tidak terdapat kesalahan apapun pada konten yang telah dibuat oleh praktikan, begitupun dengan caption yang akan diunggah, praktikan diwajibkan untuk melakukan pemeriksaan berulang kali mengenai informasi yang termuat pada caption yang akan diunggah pada media sosial perusahaan. Informasi yang terdapat pada caption harus valid dan menarik agar para audiens yang melihat postingan tersebut tertarik untuk membaca postingan yang telah diunggah oleh praktikan. Selain itu, menjadi admin media sosial harus memiliki kebiasaan yang konsisten dan memperhatikan waktu yang tepat berdasarkan momentum untuk membuat suatu konten.

Selama menjadi admin sosial media perusahaan, praktikan harus menanggapi setiap pesan yang dilontarkan oleh audiens maupun customer Riztra

Pest Control. Pesan yang memberikan pertanyaan seputar produk serta pelayanan pembasmi hama wajib untuk ditanggapi oleh praktikan. Bukan hanya pertanyaan-pertanyaan saja yang harus ditanggapi oleh praktikan, keluhan yang diberikan oleh *customer Riztra Pest Control* juga harus diberikan tanggapan yang baik dan benar oleh praktikan. Setelah menerima pesan lewat media sosial, praktikan harus melakukan *follow-up* kepada konsumen yang telah menghubungi Riztra Pest Control melalui media sosial sehingga dengan melakukan *follow-up*, Riztra Pest Control akan mendapatkan calon konsumen baru untuk jasa pembasmi hama.

Saat menjadi admin sosial media perusahaan, praktikan diminta untuk membuat desain poster khusus untuk pencarian teknisi *station* untuk penempatan di wilayah Cileungsi, Bogor. Setelah membuat desain poster pencarian teknisi, praktikan mengunggah poster tersebut di group *pest control* Indonesia agar pencarian teknisi akan lebih mudah dengan menyebarkannya melalui group yang terdiri dari orang-orang yang tertarik di bidang *pest control*. Unggahan pencarian teknisi di group *pest control* Indonesia dilengkapi juga dengan *caption* yang informatif mengenai alamat email yang akan dituju untuk pengiriman *cv* oleh calon teknisi. Saat membuat *cv* untuk pencarian teknisi, praktikan membuat desain yang menarik dan warna sesuai dengan tone logo riztra yaitu warna hijau daun. Selain membuat desain yang menarik, praktikan juga harus menyertakan persyaratan umum apa saja yang dapat dipenuhi oleh calon teknisi yang akan mendaftar di PT. Rizki Putra Dinamika.



**Gambar 3.2 Hasil Kerja Pembuatan Desain Poster Pencarian Teknisi**

*Sumber: Dokumen Pribadi*

Sebagai admin media sosial perusahaan, praktikan diminta untuk memperhatikan peningkatan pada ulasan Google bintang 5 di setiap bulan serta komentar yang diberikan oleh audiens melalui Google bintang 5 mengenai pelayanan *Riztra Pest Control*. Penggunaan Ulasan Google bintang 5 yang ditampilkan di Google Business sangat berpengaruh kepada reputasi serta citra perusahaan sebab ulasan yang bagus pada Google akan membuat citra perusahaan serta brand *Riztra Pest Control* terlihat baik dan berkualitas di mata publik dan dapat memudahkan *sales* dalam mendapatkan *customer* baru khusus jasa pelayanan pembasmi hama. *Riztra Pest Control* memiliki misi untuk selalu berusaha meningkatkan dan menambahkan rating bintang 5 khusus *Riztra Pest Control* di Google. Hal ini berkaitan dengan yang diajarkan *major Public Relation* pada mata kuliahnya dimana menciptakan citra yang baik merupakan kewajiban seorang *Public Relations*, dengan pengetahuan tersebut praktikan akan berusaha untuk terus meningkatkan *rating* ulasan Google bintang 5 agar bertambah di setiap bulannya.

Pada gambar 3.2 praktikan desain poster pencarian karyawan teknisi, hal ini bertujuan untuk melengkapi sumber daya manusia (SDM) guna meningkatkan pelayanan Riztra Pest Control untuk menjadi lebih efektif dan berkualitas dalam pelanannya. Pada umumnya, untuk memajukan serta meningkatkan citra

perusahaan serta kinerja karyawan diperlukan karyawan-karyawan yang cocok dengan apa yang dibutuhkan oleh perusahaan dan pengalaman-pengalaman yang sesuai dengan apa yang akan dikerjakan pada kegiatan yang berada di perusahaan. Demi mencapai citra perusahaan yang mendapatkan pandangan bagus dari para publik atau calon konsumen maka calon karyawan yang dibutuhkan juga wajib untuk memenuhi persyaratan yang diadakan oleh perusahaan agar pekerjaan yang dikerjakan berjalan dengan mudah untuk diarahkan. Praktikan tidak lupa untuk menggunakan warna hijau sebagai warna dari desain poster tersebut. Praktikan menggunakan Bold agar audiens yang membaca terfokus pada pesan yang akan disampaikan kepada audiens. Dalam melakukan publikasi konten di media sosial, praktikan juga harus menyesuaikan jadwal postinga sesuai dengan waktu dari content plan yang telah praktikan susun, sehingga publikasi konten lebih rapih dan juga terstruktur.

### **3.2.2. Pekerjaan Tambahan**

#### **1. Menjalani Kegiatan *Customer Relationship Management***

Pada aktivitas *Customer Relationship Management*, praktikan melakukan beberapa aktivitas yang di mana sering menjalin hubungan yang baik dan berkomunikasi dengan pihak *customer*. Dalam aktivitas ini, praktikan rutin mengunjungi perusahaan yang memakai layanan *pest control* di PT. Rizki Putra Dinamika. Sebelum berkunjung ke perusahaan, praktikan dan staff perusahaan melakukan *survey* terlebih dahulu ke tempat *customer* guna mengetahui masalah atau kendala adanya hama di perusahaan tersebut. Dengan melakukan *survey* terlebih dahulu pada properti calon *customer*, pekerja *Riztra Pest Control* akan mengetahui terkait apa saja yang menjadi sumber masalah munculnya hama pada properti tersebut. Setelah melakukan *survey*, praktikan dan staff melakukan *pitching* kepada *customer* guna mempresentasikan pelayanan pembasmi hama yang sesuai dan dibutuhkan oleh perusahaan tersebut.



**Gambar 3.3 Tangkapan layar saat berkunjung di properti *customer***

*Sumber: Dokumen Pribadi*

Pada gambar 3.3, praktikan melakukan dokumentasi saat kegiatan customer relationship management yang dilakukan oleh staff perusahaan demi terciptanya hubungan yang baik antar perusahaan dan *customer*. Praktikan diminta ikut serta dalam kegiatan tersebut agar praktikan mendapatkan pengalaman mengenai menjalin hubungan baik dengan *customer*. Kegiatan ini dilakukan oleh staff perusahaan secara rutin setiap sebulan sekali untuk memberikan report hasil yang sudah ada karena sudah bekerja sama dengan *Riztra Pest Control* untuk pelayanan pembasi hama.

Kemudian, setelah melakukan *pitching* praktikan akan membuat laporan penawaran harga untuk calon *customer*. Melalui laporan penawaran harga, dari pihak *Riztra Pest Control* akan memberikan list harga dengan pelayanan yang akan dikerjakan pada properti *customer*. Setelah itu, menunggu konfirmasi dari pihak *customer* untuk *close deal* kesepakatan pemakaian layanan pembasmi hama di PT. Rizki Putra Dinamika. Setelah nantinya terdapat kesepakatan penggunaan layanan, praktikan akan membuat jadwal waktu *pest guard* kepada para teknisi dan juga memberikan konfirmasi kepada teknisi untuk menyesuaikan obat pembasmi hama yang sesuai dengan *request customer* agar bahan obat yang tersedia di kantor tidak terbuang sia-sia dan sesuai dengan pelayanan apa yang akan dilakukan oleh teknisi pembasmi hama.

Selain itu, praktikan juga membuat sebuah *reporting* dalam aktivitas *pest control customer* untuk diberikan kepada perusahaan sebagai bukti pelaksanaan layanan dan hasil implementasinya. Adapun beberapa perusahaan yang memakai layanan *pest guard* di PT Rizki Putra Dinamika yaitu diantaranya Fermenich, Pertamina, Modern Land, Fumakilla. Berdasarkan teori *customer relationship management*, PT Rizki Putra Dinamika pastinya akan memberikan layanan yang baik dan maksimal kepada konsumen untuk menciptakan loyalitas konsumen terhadap jasa pelayanan Riztra *pest control*. Berikut salah satu dokumentasi oleh praktikan saat pengerjaan atau pelayanan yang dilakukan oleh teknisi.



**Gambar 3.4 Tangkapan layar pelayanan yang diberikan pada customer**

*Sumber: Dokumen Pribadi*

Pada gambar 3.4 praktikan melakukan dokumentasi saat melakukan fogging untuk diberikan kepada *customer* guna sebagai bukti bahwa pelayanan diberikan dengan baik dan benar untuk memenuhi keinginan *customer*. Hal ini juga menjadi bukti bahwa Riztra dapat memiliki perlengkapan yang mumpuni untuk membasmi hama dan nyamuk. Sehingga dengan adanya Riztra, maka dapat membantu masyarakat Indonesia untuk menjaga kesehatan dan lingkungan serta dapat membantu meminimalisir terjadinya penyakit akibat virus- virus yang disebabkan oleh hama dan nyamuk. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen agar konsumen akan terus percaya terhadap kinerja kerja Riztra dan akan terus berlanjut menggunakan Riztra sebagai

pembasmi hama yang terpercaya untuk kebersihan serta sterilingkungan para konsumen *Riztra Pest Control*.

Praktikan mengunggah konten tersebut kepada beberapa media sosial yang terdiri dari Instagram, Facebook, dan Google Business. Pada Instagram, praktikan diberikan tanggung jawab oleh pendamping kerja untuk mempublikasikan melalui Instagram. Hal ini dikarenakan Riztra ingin membangun dan meningkatkan *brand awareness* dari perusahaan itu sendiri. Untuk Facebook Page, praktikan diarahkan oleh pendamping kerja untuk memanfaatkan media sosial Facebook. Hal ini dilakukan karena Riztra memiliki target audiens yang berbeda. Oleh karena dengan digunakan Facebook maka Riztra dapat menjangkau berbagai audiens secara lebih luas. Untuk Google Business, praktikan diarahkan oleh pembimbing kerja agar Riztra dapat muncul di page Google, saat seseorang melakukan pencarian terkait pembasmian hama. Dalam menjalani hubungan yang baik dengan *customer*, tentunya praktikan dan staff perusahaan selalu berkomunikasi dan membahas mengenai perkembangan dan dampak dari pelayanan Riztra serta praktikan tidak lupa memberikan foto dokumentasi pengerjaan kepada staf perusahaan untuk dikirimkan kepada *client* sebagai bukti pengerjaan serta pelayanan yang maksimal oleh Riztra. Dokumentasi tersebut merupakan hal yang penting untuk menjalin hubungan baik dengan para customer agar kemudian, kontak informal dengan beberapa *customer* tetap juga dilakukan oleh staff perusahaan dan juga praktikan untuk selalu menawarkan pelayanan pembasmi hama yang sesuai dengan permasalahan *customer*.

Selain itu, *Riztra Pest Control* juga kerap mengadakan acara webinar seputar *pest guard* yang dihadiri oleh beberapa pembicara yang berpengalaman dalam bidang tersebut untuk membahas seputar pengetahuan mengenai pelayanan pembasmi hama dan guna membangun *brand awareness* kepada publik yang menjadi target market oleh *Riztra PestControl*. Dalam hal ini, Riztra juga mengundang para *customer* untuk memberikan edukasi dan juga menjadi wadah *sharing* seputar layanan *pest guard*. Jika dikaitkan dengan pelaksanaan kerja praktikan terkait *Customer Relationship Management*, hal ini berkaitan dengan tugas seorang *Public Relations* yang di mana seorang PR harus dapat menjaga hubungan yang baik dengan pihak eksternal.

## 1. Membuat Budgeting

Dalam aktivitas *budgeting*, praktikan membuat sebuah anggaran yang kerap diperlukan dalam pelaksanaan acara dan juga kegiatan PT Rizki Putra Dinamika. Dalam hal ini, praktikan membuat *budgeting* sesuai dengan format dan ketentuan perusahaan. Pada aktivitas *budgeting* praktikan membuat anggaran pengeluaran dari acara *job fair* di Dinas Pendidikan. Adapun *job fair* ini dilakukan PT Rizki Putra Dinamika untuk mempromosikan pelayanan pembasmi hama kepada pengunjung dan partisipan *job fair* untuk melengkapi sumber daya yang diperlukan oleh perusahaan. Selain itu, praktikan juga memperkenalkan produk serta pelayanan yang terdapat di PT Rizki Putra Dinamika sebagai bentuk menambah relasi dan juga mempopulerkan produk perusahaan.

Pada kegiatan *budgeting job fair*, praktikan membuat daftar keperluan barang dan juga perlengkapan yang dibutuhkan dalam acara *job fair* tersebut. Adapun pengeluaran yang praktikan input yaitu meliputi transportasi, desain *banner*, *standing banner* dan akomodasi lainnya. Dalam hal ini, pembuatan *budgeting* dilakukan melalui *Microsoft Excel* yang terdiri dari komponen biaya, rincian harga, biaya satuan dan total akumulasi. Setelah *report budgeting* telah dibuat, nantinya praktika akan mengirimkannya ke staff perusahaan melalui email. Kemudian, setiap *budgeting* yang praktikan tulis nantinya akan dinaikkan kepada staff sebagai bentuk *report* dan laporan pada acara tersebut.

## 2. Melakukan Direct Marketing

Dalam aktivitas *direct marketing*, praktikan membantu mempresentasikan dan memperkenalkan produk dan layanan pembasmi hama PT Rizki Putra Dinamika kepada *customer* dan calon *customer* baru. Pada aktivitas ini, praktikan akan mengunjungi pihak *customer* yang menghubungi perusahaan dan tertarik dalam memakai produk dan layanan perusahaan. Selain itu, sebelum mengunjungi tempat *customer*, praktikan dan staff perusahaan membuat jadwal kunjungan dan mempersiapkan materi dan pelayanan yang sesuai dengan permasalahan yang dikeluhkan oleh *customer*.

Pada saat waktu kunjungan, praktikan akan melakukan *survey* terlebih dahulu untuk melihat *spot* dan ruangan yang terdapat hama pada tempat *customer*. Kemudian, setelah melihat dan melakukan *mapping*, praktikan akan melakukan dokumentasi sebagai bukti *report* kepada para staff perusahaan. Dalam

melakukan *report* kepada staff perusahaan, praktikan menjelaskan situasi dan kondisi yang dialami oleh klien, kemudian nantinya praktikan akan berdiskusi dengan pihak perusahaan untuk menyesuaikan produk dan pelayanan yang tepat dan dibutuhkan oleh klien. Selanjutnya, ketika mengetahui permasalahan dan keluhan yang terjadi praktikan akan melakukan *pitching* dan memberikan konsultasi pelayanan dan produk yang tepat untuk dipakai *customer* dalam membasmis hama di tempat tersebut. Kemudian, setelah melakukan *pitching*, praktikan akan membuat penawaran harga sesuai yang diminta oleh *customer* dan menunggu proses negosiasi sebelum akhirnya memutuskan untuk *close deal*. Adapun pekerjaan yang praktikan lakukan ini termasuk konsep dari *direct marketing* pada poin *face to face selling*.

Kemudian, praktikan juga menerapkan aktivitas *telemarketing* yang dimana praktikan akan menjelaskan produk dan layanan Riztra kepada *customer* lama dan juga calon *customer*. Dalam hal ini, pihak staff perusahaan akan memberikan data beserta informasi mengenai layanan jasa yang tersedia di PT. Rizki Putra Dinamika kepada praktikan untuk menghubungi *customer*. Kemudian, dari data dan informasi yang diberikan, praktikan akan mempresentasikan produk dan layanan Riztra kepada *customer* melalui nomor telepon perusahaan. Setelah melakukan *follow up* dengan para *Customer* Riztra, praktikan juga mencoba mencari dan menghubungi *customer* baru untuk meningkatkan income perusahaan. Dalam hal ini, pihak staff perusahaan nantinya akan memberikan data-data calon klien dan relasi yang bisa dihubungi untuk menjelaskan *product knowledge* Riztra dan mempersuasi calon klien untuk menggunakan layanan Riztra.

Dan yang terakhir, praktikan juga melaksanakan aktivitas *online marketing* yang di mana menggunakan platform media sosial perusahaan sebagai wadah perusahaan. Dalam hal ini, praktikan membuat konten terkait isu atau permasalahan hama serta pelayanan yang tepat dalam mengatasi permasalahan tersebut. Selain itu, seperti pada umumnya, praktikan juga mempublikasikannya ke beberapa media sosial yaitu antara lain Facebook, Instagram dan *google business*.

### **3. Membuat Power Point untuk launch produk pelayanan Riztra Pest Control**

Pada saat pembuatan Power Point produk pelayanan *Pest Control*, praktikan menggunakan canva untuk mengedit desain yang unik dan menarik serta *eye catching* untuk ditampilkan pada event yang akan diadakan khusus launching produk pelayanan *Riztra pest Control*. Praktikan menggunakan keahlian kreativitas untuk desain Power Point agar partisipan yang diberikan materi oleh pembicara tertarik dengan produk Riztra Pest Control. Power Point yang dibuat oleh praktikan juga harus mengandung informasi yang valid dan sesuai dengan permintaan oleh staff perusahaan mengenai materi yang sudah diberikan kepada praktikan untuk dikembangkan lebih dalam lagi oleh praktikan. Dalam membuat desain *power point* ini, praktikan memanfaatkan website Canva untuk menemukan referensi dan template desain yang menarik untuk memproduksi file presentasi.

#### **4. Membuat Animasi untuk Produk Riztra Pest Control**

Praktikan memiliki tugas tambahan yang diberikan oleh staff perusahaan untuk membuat animasi kartun yang disertakan dengan *voice over* penjelasan praktikan mengenai produk baru yang dibuat oleh Riztra Pest Control. Terdapat langkah-langkah pembuatan animasi oleh praktikan seperti, membuat *storyboard*, membuat video sesuai dengan *storyboard* yang sudah dibuat, menambahkan musik dan *voiceover*. Dalam membuat animasi ini tentunya praktikan mencari referensi animasi sesuai dengan tema yang diinginkan oleh atasan. Dalam hal ini, animasi terkait produk riztra akan dipublikasikan di beberapa event dan juga meeting sebagai salah satu bentuk orientasi produk Riztra yang lebih menarik. Membuat animasi mengenai produk yang akan diluncurkan memiliki tujuan untuk membuat produk-produk terlihat lebih menarik untuk para calon konsumen *Riztra Pest Control*.

#### **5. Melakukan Administrasi**

Pada kegiatan administrasi, praktikan berkontribusi dalam mengurus dan mengelola file dari PT. Rizki Putra Dinamika. Adapun beberapa berkas administrasi yang praktikan kelola yaitu slip gaji staff perusahaan, surat pernyataan untuk *client*, mengurus transportasi dan seragam staff perusahaan, dan menata serta merapikan dokumen-dokumen laporan kerja perusahaan. Dalam hal ini, tentunya praktikan selalu berkoordinasi dengan staff perusahaan untuk menentukan jadwal dalam merapikan dokumen berkas administrasi. Kemudian, dalam hal ini praktikan selalu membuat list pengecekan berkas, sehingga ketika beberapa berkas administrasi sudah selesai dirapikan, nantinya praktikan akan melakukan

ceklis di daftar dan nantinya akan dijadikan sebagai bukti laporan kepada pihak staff perusahaan.

Setelah praktikan melakukan kegiatan administrasi, staff perusahaan akan memeriksa kembali serta memastikan praktikan telah menata serta menaruh dokumen-dokumen perusahaan sesuai dengan tempat yang sudah diinformasikan kepada praktikan. Tentu saja praktikan melakukan pekerjaan administrasi dibawah pengawasan staff perusahaan sebab dokumen atau *report* tersebut merupakan hal yang penting bagi perusahaan.

#### **6. Membuat Desain Grafis**

Pada kegiatan desain grafis, praktikan membuat beberapa desain konten yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam acara- acara tertentu. Dalam hal ini, praktikan membuat beberapa desain yaitu antara lain seperti *banner*, spanduk dan juga brosur serta presentasi yang menarik mengenai pengalaman produk kepada calon *customer* baru. Praktikan membuat desain-desain konten itu dalam sebuah acara *Job Fair* KJMU (Kartu Jakarta Mahasiswa Unggul) di Dinas Pendidikan. Dalam hal ini, praktikan membuat beberapa sampel desain yang nantinya diberikan terlebih dahulu kepada staff perusahaan. Praktikan membuat desain *banner* yang dibutuhkan dalam acara *Job Fair*, praktikan mencantumkan logo perusahaan dan juga pelayanan-pelayanan pembasmi hama yang ditawarkan oleh perusahaan.



**Gambar 3.5 Hasil Kerja Pembuatan Desain Banner untuk Event Job Fair**

*Sumber: Dokumen Pribadi / Desain Banner*

Adapun alasan praktikan mencantumkan informasi dan logo itu sebagai salah satu bentuk *brand awareness* bagi para pengunjung yang datang di acara tersebut. Pada desain spanduk, praktikan hanya melampirkan logo perusahaan, sedangkan pada desain brosur, praktikan lebih menjelaskan detail terkait pelayanan dan produk Riztra. Dengan demikian, adapun tujuan dari praktikan menampilkan pelayanan dan juga informasi detail dari desain *banner* dan brosur yang telah dibuat agar para pengunjung tertarik pada perusahaan Riztra dengan melihat beberapa keunggulan yang dilampirkan. Sehingga, kebutuhan perusahaan dalam menambah sumber daya manusia untuk merekrut para calon pekerja dapat tercapai dengan baik.

### **3.3. Kendala yang Dihadapi**

Selama menjalani pelaksanaan kerja profesi pada divisi *Social Media Specialist* di PT Rizki Putra Dinamika, praktikan tentunya juga mengalami beberapa kendala yang didapatkan dari diri sendiri dan juga lingkungan kerja perusahaan. Adapun beberapa kendala yang dihadapi oleh praktikan yaitu

sebagai berikut:

### **3.3.1. Menjalani Kegiatan *Customer Relationship Management***

Selama praktikan menjalani kerja profesi dan menjalani aktivitas *Customer Relationship Management*. Praktikan mengalami kendala saat melakukan komunikasi dengan pihak *client*, karena kurangnya pemahaman terkait *product knowledge* perusahaan. Dengan demikian, saat mempresentasikan produk dan pelayanan *Riztra Pest Control*, praktikan tidak terlalu menguasai informasinya, sehingga untuk menjelaskan lebih detail, praktikan dibantu oleh staff perusahaan untuk memaksimalkan presentasi tersebut.

### **3.3.2. Melakukan Administrasi**

Dalam aktivitas *administrasi*, praktikan mengalami kendala yang dimana praktikan tidak teralu memahami dan mengetahui letak penataan serta tempat berkas perusahaan. Kemudian, praktikan juga mengalami kendala karena sebelumnya praktikan tidak memiliki keahlian dasar dalam mengelola administrasi perusahaan yang meliputi dokumen perusahaan. Selain itu, pada saat praktikan mengurus administrasi pekerjaan, praktikan terdapat kendala terkait dengan pengetahuan yang minim mengenai pengarsipan dokumen sehingga pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan sedikit terhambat.

### **3.3.3. Membuat Budgeting**

Dalam melakukan aktivitas Budgeting, praktikan mengalami kendala dalam membuat *Budgeting* karena praktikan tidak memiliki keterampilan dalam mengurus pengaturan anggaran. Hal tersebut membuat pekerjaan menjadi terhambat karena minimnya keterampilan praktikan dalam membuat *Budgeting*.

## **3.4. Cara Menghadapi Kendala**

Cara menghadapi beberapa kendala yang terdapat saat berjalannya kegiatan Kerja Profesi di divisi *Marketing Communications* PT. Rizki Putra Dinamika, praktikan selalu berusaha untuk mencari solusi yang tepat untuk menyelesaikan kendala tersebut sehingga pekerjaan dapat berjalan dengan lancar kembali. Dalam hal ini, praktikan memberikan usaha yang maksimal mencari cara untuk mengatasi kendala-kendala dengan meminta arahan kepada para staff perusahaan. Berikut beberapa upaya praktikan dalam usaha menyelesaikan kendala yang dihadapi selama menjalani kegiatan Kerja Profesi.

#### **3.4.1. Menjalani Kegiatan Customer Relationship Management**

Dalam hal ini, upaya yang praktikan lakukan untuk mengatasi kendala yang terjadi pada saat menjalankan *Customer Relationship Management* yaitu dengan lebih banyak mempelajari mengenai informasi serta produk secara lengkap dari brand *Riztra Pest Control* dimana saat praktikan mulai mendalami pengetahuan mengenai produk serta pelayanan oleh *Riztra Pest Control*, praktikan turut dibantu dan diarahkan oleh pembimbing kerja praktikan di PT. Rizki Putra Dinamika. Dengan melakukan hal tersebut, praktikan jadi lebih fasih dalam menjelaskan mengenai pelayanan yang terdapat pada brand Riztra tersebut dan dapat meyakinkan customer untuk menggunakan pelayanan *Riztra Pest Control* sebagai pembasmi hama yang berkualitas.

#### **3.4.2. Membuat Administrasi**

Dalam mengatasi kendala yang terdapat pada kegiatan administrasi, praktikan lebih banyak bertanya kepada staff perusahaan mengenai tata cara merapikan dokumen perusahaan dengan benar serta tempat menaruh dokumen serta laporan perusahaan tersebut. Saat membuat slip gaji karyawan, praktikan meminta kepada staff perusahaan untuk mengajari praktikan mengenai cara membuat slip gaji karyawan sebab praktikan sebelumnya belum pernah membuat slip gaji karyawan. Setelah mengerjakan segala urusan administrasi, praktikan berulang kali memperhatikan pekerjaan yang telah dilakukan sudah benar dan tidak terjadi kesalahan pada penyimpanan dokumen atau laporan perusahaan serta hitungan yang terdapat pada slip gaji karyawan.

#### **3.4.3. Membuat Budgeting**

Dalam menghadapi kendala yang terdapat pada kegiatan *budgeting*, praktikan melakukan kegiatan diskusi lebih mendalam bersama staff perusahaan terkait kebutuhan apa saja yang pastinya akan dibutuhkan dalam anggaran perusahaan. Dengan minimnya pengalaman praktikan terkait *budgeting*, praktikan selalu bertanya kepada staff perusahaan mengenai cara yang efektif untuk mengatur hitungan anggaran serta melakukan diskusi bersama staff perusahaan agar praktikan dapat lebih mudah untuk mengerti mengenai *budgeting*