



1.82%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 4 JUL 2024, 8:27 AM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.06%

● CHANGED TEXT
1.76%

Report #21909257

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Pemanfaatan media sosial yang semula digunakan sebagai penyampai informasi dan hiburan, sekarang ini lebih dimanfaatkan untuk membangun citra positif baik secara personal maupun kolektif seperti perusahaan, instansi, lembaga pendidikan, yayasan, komunitas dan lain sebagainya. Media sosial dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai medium untuk membagikan keseharian mereka, atau peristiwa penting yang terjadi agar dapat dibagikan ke orang lain. **1** Selain itu media sosial juga digunakan masyarakat untuk saling berbagi wawasan dan informasi sehingga dapat menambah pengetahuan bagi penggunanya (Mahmudah dan Rahayu, 2020). Suatu hal yang penting dalam media sosial adalah konten atau isi dari media sosial tersebut. Konten media sosial berguna untuk salah satunya membentuk brand awareness (Setyaningsih, 2019). Karena konten media sosial merupakan suatu hal yang cukup penting, maka dibutuhkan pengelolaan atau manajemen media sosial. Pengelolaan konten media sosial penting agar pengikut sebuah akun media sosial tetap mengikuti dan terus mendapat update konten yang diunggah (Haq & Sukmono, 2022). Menurut Teori The Circular Model of Social Media, manage atau pengelolaan yang berarti mengatur bagaimana pelaku komunikasi supaya tercipta komunikasi di media sosial yang baik (Mahmudah & Rahayu, 2020). Media sosial di Indonesia yang pemakaiannya masuk ke dalam deretan tujuh besar adalah : Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok,

Telegram, Twitter dan Facebook Message (Naurah, 2023). **5 6** Menurut Mahdi (2022) jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang pada Januari 2022.

5 Meningkat drastis dibanding tahun sebelumnya sebanyak 170 juta (Mahdi, 2022).

Jika dilihat dari data penduduk Indonesia yang berjumlah 278 juta jiwa, maka 68% penduduk Indonesia merupakan pengguna sosial media. Salah satu media sosial terpopuler yang cukup interaktif adalah Instagram karena di platform sosial media tersebut dapat membagikan foto, video dan saling berbagi pesan. Data pengguna Instagram di Indonesia yang tercatat di tahun 2023 adalah 89,15 juta pengguna (Putri, 2023).

Instagram merupakan salah satu platform media sosial populer di Indonesia, berfungsi mengunggah informasi dalam fitur feeds, story, live, dan reels dengan durasi singkat, tepat sasaran namun mudah dipahami oleh audience. Personal yang kreatif serta writing skill yang kompeten sangat dibutuhkan perusahaan untuk bidang pekerjaan ini. Melihat dari data tersebut terlihat peluang dan tantangan yang cukup besar bagi pelaku bisnis dalam membagikan informasi produk beserta unit pelayanannya secara meluas, cepat, dan terkini kepada masyarakat. Terkait dengan itu peran humas sangatlah penting untuk menangani pelaksanaan penyebaran informasi tersebut agar tepat sasaran. **1** Penggunaan sosial media di Indonesia yang tinggi juga membuka peluang pada strategi perusahaan. Jika sebelumnya perusahaan mengandalkan iklan di media massa sebagai 2 alat promosi, sekarang banyak perusahaan yang memanfaatkan media sosial untuk menjalin interaksi dengan khalayak (Mahmudah, Rahayu, 2020). Dewasa ini perusahaan multinasional telah memulai tahap baru dalam melakukan interaksi dengan stakeholdernya atau disebut SocialCorp Companies. SocialCorp companies dapat didefinisikan sebagai perusahaan yang berusaha mengambil keuntungan melalui media sosial guna mengatur ulang hubungan dengan khalayaknya (Postman, 2009). Perusahaan bisa melakukan komunikasi secara langsung dengan khalayaknya melalui media sosial yang bersifat interaktif (Setyanto dan Anggarina, 2016). Pemasaran media sosial merupakan istilah yang di dalamnya menaungi pemasaran, penjualan, pelayan konsumen, dan hubungan

masyarakat (Juwita, 2017). PR memiliki keuntungan ketika menggunakan internet/media sosial karena dapat menyampaikan informasi dengan cepat kepada khalayak. Media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk iklan, media, pemasaran, menyebarkan informasi, dan promosi (Syuderajat et al., 2017). Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi selain mendapatkan teori dan pelatihan selama masa perkuliahan tentang bagaimana membuat serta mengelola media sosial, perlu kiranya menerapkan pengetahuan dan ketrampilannya tersebut melalui Kerja Profesi pada perusahaan yang ditunjuk. Harapannya mahasiswa lulusan Ilmu Komunikasi kelak di kemudian hari mampu bersaing dan tidak canggung dalam menghadapi dunia kerja “Hasil studi kasus menunjukkan bahwa program magang (internship) mempunyai peran atau kontribusi yang sangat berarti bagi para mahasiswa untuk meningkatkan kompetensi soft skills & hard skills. Dan juga menunjukkan bahwa habit dan attitude yang dimiliki mahasiswa sangat berperan penting dibanding knowledge dan skill yang bisa didapatkan dalam waktu singkat dan peningkatan kompetensi mahasiswa melalui program magang bisa mencapai standar profesi dan dijadikan sebagai bekal pengalaman untuk kerja di tempat selanjutnya Untuk mempersiapkan mahasiswanya terjun ke dunia kerja maupun dunia usaha, Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan anak didiknya melaksanakan program Kerja Profesi pada sebuah perusahaan dalam tempo 400 jam atau kurang lebih 3 (tiga) bulan.Melalui Kerja Profesi, para mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan minor Hubungan Masyarakat, dapat menambah wawasan dan mampu mempraktikkan mata kuliah yang diajarkan diantaranya adalah Strategi Taktik Humas, Produksi Media Humas, serta Jurnalisme Online dan Media Audio Visual. Strategi taktik Humas dan Produksi Media Humas yang mempelajari mengenai perencanaan kampanye media sosial serta pengelolaannya sangat cocok menjadi acuan praktikan untuk melaksanakan program kerja profesi. Terutama dalam pengelolaan serta perencanaan konten khususnya media sosial Instagram yang pernah praktikan kerjakan sebagai tugas selama masa kuliah. Praktikan juga mempraktikkan mata kuliah Media Audio Visual yang sebelumnya pernah dipelajari untuk melakukan editing terutama

saat editing video reels Instagram saat praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi. CV Cahaya Teknik Diesel adalah badan usaha yang menyediakan layanan perawatan dan perbaikan berbagai macam mesin diesel. Jasa service mesin khususnya injector diesel sangat dibutuhkan karena diesel merupakan salah satu penggerak roda 3 industri utama karena mesin diesel merupakan jenis mesin yang digunakan untuk truk muatan berat, forklift, bulldozer, ekskavator, genset dan banyak alat industri lain. Menyadari betapa pentingnya penyebaran informasi melalui media sosial, maka gaya pemasaran dari mulut ke mulut yang selama ini dijalankan oleh CV Cahaya Teknik Diesel sedikit demi sedikit mulai diubah. Karena apabila tidak mengikuti perkembangan jaman, pelanggan potensialnya akan tergerus. Memasuki era serba cepat dimana segala aspek hidupnya menggunakan smartphone, tentu saja CV Cahaya Teknik Diesel tak mau ketinggalan kemudian menindak lanjutinya dengan mengaktifkan kembali Instagram dan Facebook. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang populer, berfungsi mengunggah informasi dalam fitur feeds, story, live, dan reels dengan durasi singkat, tepat sasaran serta mudah dipahami oleh audience. Personal yang kreatif serta writing skill yang kompeten sangat dibutuhkan perusahaan untuk bidang pekerjaan ini. Dampak yang diharapkan dari CV Cahaya Teknik Diesel atas pengelolaan media sosial yang intensif adalah pelanggan tetap loyal terutama untuk pelanggan milenial dan seterusnya, karena mereka akan dengan mudah mendapatkan informasi tentang seluk beluk mesin diesel dan bisa langsung melakukan interaksi melalui media sosial dengan pengelola bilamana diperlukan. Lalu lewat pengelolaan sosial media juga dapat menambah jangkauan pelanggan baru yang sebelumnya belum mengetahui tentang pelayanan perusahaan menjadi tertarik dan menggunakan jasa yang diberikan perusahaan. Selain itu pengelolaan media sosial juga dapat memberikan citra positif kepada pelanggan maupun calon pelanggan di CV Cahaya Teknik Diesel.

8 10 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1 Maksud Kerja Profesi Maksud Kerja Profesi sebagai content planner dan pembuat konten pada Divisi Marketing di CV

Cahaya Teknik Diesel 1) Mempelajari Aktifitas Content Plan dan Pembuatannya di Perusahaan CV. Cahaya Teknik Diesel 2) Mempelajari Pengetahuan Bisnis di CV Cahaya Teknik Diesel 3) Mempelajari Cara Membuat Content Plan dan Membuat Konten 4) Mengasah Cara Berkomunikasi dengan Tim dan Pihak Terkait dengan CV Cahaya Teknik Diesel 5) Belajar Berdiskusi Dengan Divisi Marketing dalam Membuat, dan Mengelola Konten yang Akan di Tayangkan di Sosial Media

Tujuan Kerja Profesi 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi Tujuan Kerja Profesi sebagai content planner dan pembuat konten pada Divisi Marketing di CV Cahaya Teknik Diesel adalah: 1) Memiliki Kemampuan Merencanakan dan Membuat Konten Yang Dibutuhkan Pelaku Usaha CV Cahaya Teknik Diesel 2) Menambah Wawasan Bisnis di CV Cahaya Teknik 3) Menambah Pengetahuan dan Pengalaman Membuat Content Plan serta Pembuatan Konten Sesuai Kebutuhan dari arahan pihak terkait 4) Mampu berkomunikasi dengan Tim dan Pihak Terkait CV Cahaya Teknik Diesel 5) Mampu Berdiskusi dengan Tim Dalam membuat Content Plan dan Membuat Konten Beserta Penayangannya

1.3 Tempat Kerja Profesi CV Cahaya Teknik Diesel dimana praktikan melaksanakan kerja profesi bertempat di Jl. Raya Cikarang, Cibarusah No.16 Pagaulan Lippo Cikarang, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Dengan Cabangnya di Jalan Gatot Subroto no.61 Cimone, Cibodas, Tangerang, Banten. Bisnis utama CV Cahaya Teknik adalah Service Diesel, meliputi perawatan dan perbaikan Diesel. Praktikan memutuskan memilihnya sebagai tempat Kerja Profesi karena CV Cahaya Teknik Diesel sedang membutuhkan pengelola Instagram dan Face Book dengan job description : Content Plan, Content Design, Copywriting, serta menguploadnya di Instagram. Membantu bagian marketing yang masih fokus pada pelayanan kepada para pelanggan secara on line maupun datang ke workshop. Lingkungan kerja di CV Cahaya Teknik Diesel sebagian besar adalah pekerja bengkel, di sentra Industri Cikarang dan Tangerang, tidak ada uniform khusus yang harus dikenakan pegawai kantor, cukup dengan pakaian yang rapi, sopan dan bersih. Berbeda untuk pekerja bengkel mereka diharuskan memakai pakaian wearpack. Peralatan yang dimiliki CV

Cahaya Teknik Diesel cukup representative, meski masih ada yang perlu di upgrade demi kelangsungan hidup bisnis bengkel ke depannya. **8** 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi No Kegiatan Bulan April Mei Juni Juli Agustus Sept 1 Membuat CV, Portfolio 2 Mencari loker Internship 3 Apply CV 4 Meminta Surat Pengantar dari Universitas 5 Mengirim CV ke Kertas Putih Creative Agency 6 Interview Dengan Kertas Putih Creatif Agency 5 Sejak bulan April 2023 praktikan mencari lowongan kerja Internship melalui online seperti linkedin, jobstreet maupun informasi langsung dari rekan atau saudara. Awalnya praktikan melamar dan Apply CV ke Kertas Putih Creative Agency, yang pada saat itu membutuhkan Content Plan sekaligus copy writer. Pekerjaan ini jelas sesuai dengan program studi Ilmu Komunikasi dengan minor Hubungan Masyarakat. Selanjutnya dilakukan Interview dengan pihak terkait. Tidak berselang lama praktikan juga mengajukan CV ke Kemenkraf diterima oleh Biro SDMO, dilanjutkan pula dengan interview. Akhir Mei atau awal Juni 2023 setelah Apply CV ke CV Cahaya Teknik Diesel, praktikan di interview oleh pihak marketing perusahaan, setelah dirasa cukup praktikan diterima untuk melakukan Kerja Profesi di CV Cahaya Tchnik Diesel dengan job description 7 Mengirim CV ke Kemenparekraf 8 Interview dengan Biro SDMO Kemenparekraf 9 Mengirim CV ke CV Cahaya Teknik Diesel 10 Interview dengan CV Cahaya Teknik Diesel 11 Melaksanakan Offering dan tanda tangan kontrak dengan CV Cahaya Teknik 12 Mengumpulkan dokumen terkait Internship di CV Cahaya Teknik Diesel 13 Pelaksanaan Kerja Profesi 14 Pelaksanaan Bimbingan Kerja Profesi 15 Pembuatan Laporan Kerja Profesi 6 Content Plan dan Conten Production. Setelah melakukan interview praktikan dipertemukan langsung dengan pemilik perusahaan, meskipun sudah dijelaskan pada surat pengantar, praktikan tetap memberikan informasi gamblang kepada pemilik perusahaan mengenai durasi kerja profesi selama 400 jam, atau selama 3 bulan, dimulai tanggal 12 Juni 2023 berakhir 1 September 2023. **4** Kemudian dari pihak CV Cahaya Teknik Diesel mempersilakan praktikan untuk menyesuaikan

dengan jam kerja yang dimulai dari pukul 09.00 sampai dengan 17.00,

pada hari Senin sampai Sabtu. **7** 7 BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA

PROFESI Sumber : Arsip Cahaya Teknik Diesel Gambar 2. 1 Logo CV Cahaya Teknik

Diesel 2.1 Sejarah CV Cahaya Teknik Diesel CV Cahaya Teknik Diesel didirikan oleh H. M. Sukamto pada November 1990 di usianya yang ke 35. Sebelumnya lelaki kelahiran Madiun ini bekerja menjadi supir truk angkutan barang, dan supir truk pemadam kebakaran. Disaat menjalankan profesinya tersebut Sukamto sering mengalami hambatan berupa kerusakan mesin diesel pada truk yang ditumpangnya. Mau tidak mau hal ini menempea Sukamto mengetahui kinerja mesin diesel dan mulai hafal apa saja yang menjadi penyebab mesin diesel rusak serta tindakan prefentif apa saja yang harus dilakukan, agar truk yang dibawanya tidak mengalami kendala di tengah jalan (Wawancara Pribadi, 2023) Melihat perkembangan ekonomi pada saat itu serta adanya peluang bisnis dibidang bengkel diesel, Sukamto lebih gigih lagi mempelajari seluk beluk mesin diesel, lalu sedikit demi sedikit mengumpulkan dana dari hasil jerih payah demi menggapai angan- angannya mempunyai bengkel diesel sendiri. Barulah pada tahun 1990 setelah finansial serta pengetahuan dirasa cukup dan dengan dukungan penuh dari keluarga Sukamto mewujudkan cita-citanya mendirikan bengkel diesel sendiri dengan nama Cahaya Teknik Diesel. CV.Cahaya Teknik Diesel berdiri di Jl. Raya Cikarang, Cibarusah No.16 Pagaulan Lippo Cikarang, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Terdapat alasan mengapa kawasan Cikarang dipilih menjadi tempat merintis CV Cahaya Teknik Diesel, karena pada saat itu Cikarang merupakan kawasan industri yang cukup besar di sekitar Jabodetabek bahkan hingga sekarang. Banyaknya penggunaan armada truk bermesin diesel dikawasan itu, 8 menunjukkan betapa pentingnya peran truk pada sektor transportasi, belum lagi mesin forklift, mesin genset dan beberapa mesin lain yang menggunakan diesel sebagai motor penggeraknya. Untuk itu CV Cahaya Teknik Diesel hadir dikawasan raksasa industri Cikarang menawarkan service perbaikan dan perawatan berbagai macam mesin diesel. Peluang di depan mata ditangkap

dengan baik oleh Cahaya Teknik Diesel. Banyaknya relasi sesama supir truk dan berbekal memahami bahasa asing yaitu Inggris dan Mandarin, Sukamto melakukan pendekatan kepada para decision maker di kawasan tersebut, untuk menjadi pelanggan potensialnya. Sungguh suatu permulaan bisnis yang cukup menjajikan (Wawancara Pribadi, 2023). Sumber : Arsip Cahaya Teknik Diesel

Gambar 2. 2 Kantor dan Workshop CV Cahaya Teknik Diesel

Pada awalnya Cahaya Teknik Diesel menyediakan 6 tenaga mekanik yang telah melalui program pelatihan dengan skill yang memadai untuk menghadapi para customernya. Namun dikemudian hari seiring dengan berkembangnya perusahaan, Cahaya Teknik Diesel dihujani customer yang datang silih berganti, 6 tenaga mekanik di atas tak cukup mampu dalam memberikan servis sesuai dengan waktu yang diinginkan oleh pelanggan. Menjawab tantangan tersebut Sukamto merekrut beberapa tenaga mekanik yang di training terlebih dahulu dalam waktu yang cukup, sebelum di lepas dilapangan membantu para seniornya. Bengkel ini merupakan bengkel spesialis diesel yang melayani servis mesin berbahan bakar solar (diesel), khususnya servis injector/nozzle, injection pump. Jenis mesin diesel yang biasa ditangani seperti bus, truck, dumptruck, forklift, mesin perahu, genset, alat berat, hingga alat pertanian. Selain mesin diesel industri, Cahaya Teknik Diesel juga melayani servis mesin mobil harian bermesin diesel. Setelah dirasa sukses membuka usaha di daerah Cikarang CV Cahaya Teknik diesel mengembangkan sayapnya ke beberapa wilayah industri lain yakni di daerah Puspitek Serpong, Cimone Tangerang, dan Cilegon, Banten. Perlu dicatat bahwa ada 4 bengkel Cahaya Teknik Diesel, yaitu di Cikarang, Puspitek Serpong, Cimone Tangerang dan Kawasan Industri baja Cilegon (Wawancara Pribadi, 2023). 9

Cabang pertama yang dibuka ialah di Puspitek Serpong pada 1999 wilayah ini dipilih karena berada di dekat pusat gudang industri di kawasan Puspitek, sudah barang tentu kebutuhan servis mesin diesel dalam menunjang kelancaran sarana transportasi industri juga cukup tinggi. Perhitungan pendiri Cahaya Teknik Diesel untuk membuat bengkel di

kawasan Serpong ini sangat tepat. Pelanggan banyak berdatangan, bengkelpun cukup ramai tiap harinya, dampaknya keuntungan bertambah pesat, terbukti bengkel di Puspitek ini mampu bertahan selama 18 tahun. Namun sayang pada tahun 2017 bengkel terpaksa ditutup karena lahan yang ditempati sebagai tempat usaha merupakan tanah sengketa dengan pengelola Paramount Land. Setelah membuka bengkel di wilayah Puspitek, Sukamto melihat ada prospek baru di wilayah Cimone, Tangerang. Wilayah tersebut dinilai membuka pasar yang cukup potensial, karena banyak ditemui pabrik besar, serta merupakan jalur utama non tol penghubung antara Jakarta dengan Merak. Bisa dipastikan banyak truk dan mobil bermesin diesel dari Jawa ke Sumatera maupun sebaliknya yang lalu lalang melintasi jalan tersebut. Dengan berbagai macam pertimbangan akhirnya H.M.Sukamto membuka cabang lagi di Jl. Gatot Subroto No.61, Cimone, Cibodas, Tangerang, Banten di tahun 2003. Sejak berdiri hingga saat ini, cabang Cimone ini sering menjadi back up bengkel pusat di Cikarang apabila kondisi bengkel dipenuhi pelanggan terutama mesin diesel yang membutuhkan rawat inap. Tidak puas hanya membuka dua cabang H. M. Sukamto melihat peluang lagi di wilayah Cilegon, Banten. Kawasan ini sangat berpotensi untuk cabang baru, karena merupakan kawasan industri yang cukup besar terutama adanya perusahaan raksasa Krakatau Steel. Akhirnya pada 2012 CV Cahaya Teknik Diesel mengembangkan bisnisnya ke wilayah Cilegon, dan mendapat pelanggan yang cukup banyak dari PT Krakatau Steel maupun industri pendukung lainnya di Cilegon. Berbeda dengan cabang lain yang kebanyakan melayani mesin truk saja namun pada cabang ini banyak pelanggan yang mereparasi forklift, alat berat, dan genset. Walaupun cabang ini merupakan salah satu cabang yang ramai pelanggan dan prospektif, namun diusianya yang ke 7 atau pada akhir 2019 cabang ini terpaksa ditutup dengan alasan banyaknya praktik korupsi yang dilakukan oleh oknum perusahaan yang menjadi pelanggan CV Cahaya Teknik Diesel, melakukan mark up terhadap harga jasa servis mesin diesel. Pihak oknum kerap meminta nota pembelian yang telah di mark up, praktik ini dilakukan oleh mayoritas

pelanggan. Meski tidak rugi bahkan secara finansial tetap menguntungkan, namun karena sang pemilik perusahaan menjunjung tinggi prinsip kejujuran maka cabang Cilegon menyusul ditutup (Wawancara Pribadi, 2023). Tidak selalu berjalan mulus CV Cahaya Teknik Diesel juga pernah mengalami beberapa kendala yang cukup berat. Sekitar tahun 2010 omset Cahaya Teknik Diesel menurun dengan jumlah yang cukup signifikan apabila dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Perusahaan segera melakukan tindakan antisipasi dengan melaksanakan evaluasi dari berbagai lini, dan pada akhirnya titik permasalahan ditemukan, bahwa Cahaya 10 Teknik Diesel belum mampu menangani mesin diesel yang semakin maju dan terkini. Cahaya Teknik Diesel mau tidak mau harus menjalankan modernisasi di sektor alatnya, yaitu pengadaan mesin diesel yang sudah menggunakan system common rail dan terkomputerisasi. Tak kalah pentingnya adalah peningkatan kemampuan teknisi dalam menangani mesin diesel yang lebih modern. Tindak lanjut dari program peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia adalah Cahaya Teknik Diesel mengirim beberapa teknisi untuk kursus mempelajari penanganan diesel common rail system yang terkomputerisasi ke bengkel ESA Diesel di Kartasura Solo, Jawa Tengah. Dengan demikian dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen, Cahaya Teknik Diesel menyediakan peralatan common rail system yang terkomputerisasi, disertai tenaga teknisi yang cukup mumpuni dalam mengoperasikannya. Pada tahun 2015 CV Cahaya Teknik Diesel mulai mengembangkan bisnisnya di bidang lain selain diesel specialist. H. M. Soekamto selaku pemilik menjalin kerjasama dengan rekannya untuk membuka jasa perbaikan body serta rangka kendaraan, sehingga dibukalah bengkel tersebut di sebelah bengkel pusat Cahaya Teknik Diesel di Cikarang. Selain di Cikarang bengkel tersebut juga ada di daerah Bintaro, Jakarta Selatan. Pada awal 2020 Covid-19 mewabah di Indonesia, sangat berdampak pada sektor industri yang merupakan pasar utama dari CV Cahaya Teknik Diesel. Aktivitas transportasi industri yang menurun tajam membuat bengkel-bengkel Cahaya Teknik Diesel yang berada di kawasan industri menjadi sepi pelanggan.

Sebenarnya penurunan omset ini tidak dimulai pada saat Covid-19 merebak, namun sudah 2-3 tahun sebelumnya. Jadi Covid-19 ini adalah ikut memicu pergolakan di Cahaya Teknik Diesel. Evaluasi kembali dilakukan, hasilnya adalah pemasaran yang dilakukan masih menggunakan cara lama yakni dengan relasi, promosi dari mulut ke mulut, serta mengandalkan lokasi bengkel cukup yang strategis, dipinggir jalan raya. Mengandalkan pemilik kendaraan yang mesin dieselnnya bermasalah mampir ke bengkel. Selain itu pemasaran juga dilakukan dengan menyebarkan kartu nama serta brosur ke pabrik industri di sekitar perusahaan. Tentu saja jangkauannya terbatas hanya di radius seputar bengkel saja. Menyadari hal itu pada tahun 2022 pemasaran melalui media sosial yakni Instagram mulai dilakukan. Daya sebarannya luas, bisa melakukan interaksi bisnis secara langsung antara bengkel dengan pelanggan. Sebenarnya Instagram sudah dibuat sejak 2019, namun baru aktif pada 2022. Saat ini Cahaya Teknik Diesel telah berumur 30 tahun, walaupun telah lama berdiri, perusahaan ini akan masih bisa bertahan dan terus berkembang apabila promosi juga secara online di maintenance dengan baik, hal ini dimaksudkan agar mendapatkan awareness lebih luas dari masyarakat tanpa batas serta dapat menjadi perusahaan yang berkelanjutan kedepannya (Wawancara Pribadi, 2023). Praktikan memilih CV Cahaya Teknik Diesel sebagai tempat pelaksanaan Kerja Profesi karena perusahaan ini masih baru dalam mengelola sosial medianya. Sehingga dengan hal tersebut praktikan berharap dapat membawa perubahan yang lebih baik bagi perusahaan khususnya pada pengelolaan sosial media. Selain itu CV Cahaya Teknik Diesel merupakan perusahaan yang bergerak dibidang diesel yang merupakan bidang baru 11 bagi praktikan. Dengan hal baru tersebut praktikan dapat mengembangkan diri dan menambah wawasan mengenai bagaimana mengelola sosial media perusahaan yang bergerak di bidang mesin diesel. Visi Cahaya Teknik Diesel Menjadi yang terbaik di bidang specialist diesel di Indonesia, serta terpercaya bagi mitra dan konsumen Misi Cahaya Teknik Diesel: a. Menyajikan jasa perbaikan mesin diesel dengan kualitas dan harga terbaik b. Memberikan pelayanan terbaik

bagi mitra dan pelanggan c. Memberikan solusi tepat dan cepat saat pelanggan datang sampai dengan proses perbaikan selesai. Nilai-nilai perusahaan: a. Kejujuran Nilai yang dijunjung tinggi oleh CV Cahaya teknik diesel yang pertama ialah kejujuran yakni segala perkataan, sikap, serta perbuatan dapat dipertanggung jawabkan kepada seluruh stakeholder perusahaan. b. Inovatif Terus mengembangkan perusahaan dalam segala sektor khususnya pelayanan terhadap pelanggan dan mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

9 2.2 Struktur Organisasi Sumber : Arsip Cahaya Teknik Diesel Gambar 2. 3 Bagan Struktur Organisasi CV Cahaya Teknik Diesel

2.2.1 Divisi Keuangan Divisi Keuangan bertugas mengatur serta mengawasi arus keluar masuk dana pada perusahaan. Menghitung jumlah keuntungan perusahaan perbulannya, memperhitungkan perkiraan budget yang akan dikeluarkan untuk pembelian sparepart, kebutuhan operasional kantor, operasional bengkel dan gaji karyawan. Divisi ini wajib 12 membuat laporan keuangan harian, bulanan dan tahunan kepada owner sebagai bahan kajian demi kemajuan perusahaan ke depannya

2.2.2 Divisi Operasional Adalah divisi yang pertama kali dipunyai di CV Cahaya Teknik Diesel. Divisi ini merupakan jantung perusahaan, karena memegang tanggung jawab penuh atas kelangsungan hidup perusahaan. Tugasnya antara lain : 1) bertanggung jawab atas berjalannya seluruh operasional perusahaan. 2) bertanggung jawab atas tersedianya semua peralatan yang mendukung kelancaran pekerjaan bengkel tiap harinya. Termasuk bertanggung jawab untuk pengadaan spare part yang dibutuhkan oleh pelanggan baik yang ringan maupun berat. 3) Bertanggung jawab atas kinerja senior mekanik yang membawahi beberapa junior mekanik dengan spesialisasi masing-masing seperti : injector, bosch pomp, nozzle, dan umum. Sekaligus bertanggung jawab atas inovasi dalam servis diesel yang modern dan terkini. Agar mampu bersaing dengan kompetitor.

2.2.3 Divisi Pemasaran Dalam melaksanakan kegiatan kerja profesi, praktikan bekerja dibawah divisi pemasaran CV Cahaya Teknik Diesel Divisi Pemasaran Cahaya Teknik Diesel memiliki tugas pokok dan fungsi yaitu membangun awareness dan interest dari

masyarakat yang masuk pada target pasar yang dituju. Goalsnya menggaet calon pelanggan menjadi pelanggan setia Cahaya Teknik Diesel. Dalam melakukan pemasarannya, Cahaya Teknik Diesel menggunakan dua sistem, yang pertama menggunakan pemasaran offline dengan cara membagikan brosur serta kartu nama perusahaan kepada pelanggan yang hadir di bengkel atau menyebarkan brosur ke perusahaan dan industri di sekitar wilayah Cahaya Teknik Diesel. Cara offline tersebut digunakan Cahaya Teknik Diesel sejak awal berdirinya perusahaan hingga saat ini. Lalu yang kedua adalah pemasaran secara online yakni melalui media sosial Instagram yang terintegrasi dengan Facebook yang baru aktif sejak 2022.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Cahaya Teknik Diesel merupakan perusahaan yang bergerak di bidang diesel specialist yaitu penyedia jasa perawatan serta perbaikan servis common rail, bosch pump, injector, dan nozzle dengan basis mesin diesel. Secara umum aktivitas pada perusahaan ini ialah memberikan pelayanan jasa perbaikan untuk mesin diesel. Cahaya Teknik Diesel didukung 15 tenaga mekanik profesional yang setiap harinya melayani kebutuhan pelanggan. Dalam meningkatkan kinerja perusahaan, dilakukanlah riset bagaimana caranya bisa mengikuti perkembangan teknologi diesel yang semakin canggih. Teknologi yang sedang dipelajari adalah sistem kinerja perbaikan Electronic Control Unit (ECU) pada mesin diesel modern, yang akan diterapkan di CV Cahaya Teknik Diesel kedepannya.

Walaupun produk utamanya berupa jasa servis, CV Cahaya Teknik Diesel terus aktif memasarkan produk-produknya, guna mempertahankan pelanggan potensial dan meraih pelanggan baru. Aktivitas pemasaran ini dilakukan dengan beberapa cara :

- Pemasaran offline, komunikasi atau kontak langsung face to face dengan membagikan brosur serta kartu nama kepada pelanggan yang datang di bengkel. Membangun citra positif perusahaan dan membina hubungan baik dengan semua pelanggan.
- Pemasaran online dilakukan dengan cara membuat konten di media sosial Instagram yang terintegrasi kepada Facebook secara berkala, untuk menjaga eksistensi CV Cahaya Teknik Diesel di mata pelanggan dan masyarakat.

PROFESI 3.1 Bidang Kerja Job Description Praktikan di CV Cahaya Teknik Diesel adalah Content Plan, Content Design, Copywriting, dan Sosial Media Admin di salah satu platform media sosial yaitu Instagram. **3** Menurut Kotler dan Keller (2016), Definisi media sosial adalah alat atau cara yang dilakukan konsumen untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, audio dan video kepada orang lain atau perusahaan. 3.1.1 Content Plan Salah satu bidang kerja yang praktikan lakukan di CV Cahaya Teknik Diesel ialah terkait content plant. Aliya (2022) menjelaskan secara singkat mengenai apa itu content plan. Content plan adalah tahap memepersiapkan konten supaya bisa mencapai tujuan mengapa konten tersebut dibuat. Proses persiapan ini meliputi menentukan konten seperti apa yang hendak dibuat, platform yang akan digunakan, Kapan konten tersebut ditayangkan. Dalam artikel ini, mengutip Clear Voice, content planning juga dilakukan dengan mengumpulkan aset-aset marketing serta data-data mengenai target market. Mengapa harus? Karena dalam content marketing, tujuan utamanya adalah menysasar target market serta orang-orang yang telah menggunakan produk kita. Apabila tidak disokong data, kita tidak akan mengetahui kebutuhan dan keinginan target market. Padahal tujuan dibuat konten adalah menaikkan awareness, meningkatkan conversion rate. Sehingga lead sangat berguna dalam content marketing. Perlu digarisbawahi tentang perbedaan content plan dan content strategy. Content strategy bertujuan memahami strategi yang dipakai supaya mencapai key performance indicator yang ada. Sedangkan content plan menitik beratkan pada schedule kapan udiunggah, platform yang digunakan, dan lain-lain. Walaupun berbeda, content plan memerlukan content strategy untuk landasan, dan perlu adanya kesinampungan antar content plan dan content strategy (Aliya, 2022). Aliya (2022) merumuskan cara membuat content plan dalam 6 langkah: a. Menetapkan tujuan Penentuan tujuan masuk ke dalam tahapan content strategy. Selain tujuan yang hendak digapai, perlu juga menentikan sasaran pasar yang hendak di dapatkan. Konten tidak akan optimal tanpa mengetahui siapa target yang akan disasar. Karena jika tidak, konten akan menjadi tidak

relevan sebab tidak memikirkan target audiens yang nantinya mengkonsumsi konten yang dibuat. b. Membuat kategori/segmentasi Menentukan segmen, fokus utama, dan image dari brand penting untuk dilakukan agar konten yang dibuat tidak melenceng. c. Menyusun Editorial Calendar 16 Penggunaan spreadsheet yang berisi kategori, tanggal, tingkatan prioritas, status eksekusi konten, dan tenggat waktu sangat disarankan dalam membuat editorial calendar. Walau begitu, isi dari spreadsheet bisa disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing. d. Menentukan Platform Pertimbangan mengenai nilai-nilai yang dianut oleh brand serta target market bisa dijadikan landasan untuk pemilihan platform social media mana yang hendak digunakan untuk menampilkan konten yang dibuat. Karena, ada beberapa platform yang lebih cocok ke audiens muda, ada juga yang lebih condong ke audiense usia matang. Untuk itu perlu perhitungan platform mana yang digunakan. e. Memikirkan Isi Konten Selain dalam Bentuk Tulisan Di zaman sekarang, konten bisa dibuat dengan menarik seperti gambar dan video. Walaupun tulisan menjadi lini yang penting dalam menjelaskan produk atau jasa. Seorang content planner perlu memikirkan apakah yang diinginkan audiens saat melihat konten yang kita buat. Jika dalam bentuk tulisan apakah perlu infografik? Apakah bisa mengkombinasikan konten menjadi meme? Apakah bisa diwujudkan dengan GIF? Dan lain sebagainya f. Research mengenai topik Riset mengenai topik yang hendak dibuat konten adalah penting. Kata kunci yang dipakai, angle yang diambil, hingga isi konten yang berkisar topik tersebut perlu diriset.

3.1.2 Content Design

Content Design merupakan salah satu bidang kerja yang praktikan lakukan. Hidayati (2021) menjelaskan ada hardskill dan softskill yang semestinya dimiliki oleh seorang desainer grafis. 6 Hardskill yang perlu dimiliki seorang graphic designer diantaranya: a. Memahami Principle of design Mengutip Shilington Education, ada 5 prinsip desain, yaitu 1. Alignment : membuat desain yang menyatu, bersatu padu 2. Repetition : memperkuat sebuah desain dengan menyatukan bagian- bagian yang terpisah namun hasilnya terasosiasi satu sama lain 3. Contrast : salah satu cara

paling efektif untuk menunjukkan penekanan pada suatu desain dan membuat desain yang impactful

4. Hierarchy : membuat keteraturan
5. Balance : menciptakan kestabilan dan struktur pada desain baik dengan kesimetrisan atau penekanan elemen-elemen dalam desain

b. Typography Tipografi adalah elemen penting dalam sebuah design karena memilih gaya tulis yang tepat dapat mempermudah audience membaca tulisan, menciptakan hierarki dalam design, juga bisa menjadi cara pencitraan suatu brand. Itu sebabnya, pemilihan font yang tepat sangat penting dan perlu adanya pemahaman mengenai level kontras dan penempatan kata yang tepat dalam design.

c. Menguasai Design Software 17 Aplikasi desain tentunya adalah bagian penting dalam mendesain. Aplikasi desain antara lain Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, GIMP, Vectr, dan lain-lain. Dalam Kerja Profesi ini Praktikan menggunakan design software Canva.

d. Branding Shilington Education (2023) menyebutkan bahwa branding adalah bagian kunci dalam desain grafis. Bahkan ada agensi yang khusus dibuat hanya untuk mengurus branding. Oleh karenanya, branding adalah keahlian yang sangat penting untuk dikuasai seorang desainer grafis. Mudah-mudahan, Brand adalah sekumpulan ide dan pemikiran yang muncul di kepala orang-orang mengenai sebuah produk

e. Ideation Ideation merujuk pada research method serta bagaimana desainer mewujudkan interpretasi trend menjadi visual yang bagus dan indah

f. UX Design UX yang dimaksud adalah User Experience atau pengalaman pengguna. Akhir-akhir ini desain desain dibuat dengan mengindahkan UX nya. Untuk itu, seorang desainer grafis perlu mencari tahu dan memahami prinsip-prinsip dalam UX design.

3.1.3 Copywriting

Selanjutnya bidang kerja yang praktikan lakukan ialah Copywriting adalah sebuah keahlian yang dibutuhkan oleh berbagai lini bisnis, tidak seperti banyak anggapan bahwa keahlian ini hanya dibutuhkan oleh industri digital dan industri kreatif. Hal tersebut dikarenakan keahlian copywriting menjadi poin utama dalam strategi pemasaran. Di dalam pemasaran, keahlian copywriting digunakan dalam pengenalan produk dan jasa kepada target market nya. Copywriter, seorang yang melakukan

copywriting, memiliki tugas menolah dan menulis konten yang goals nya memberikan persuasi pada target market untuk membeli jasa maupun produk yang perusahaan miliki. Salah satu cara agar calon pelanggan mudah mengingat produk dan jasa adalah dengan membuat slogan-slogan ataupun jingle perusahaan (Fauzia, 2021) Maretha (2023) menyebutkan bahwa seorang copywriter dituntut untuk memiliki keahlian berikut ini : a. Penyajian konten yang kreatif Kemampuan membuat konten yang “out of the box” dan beda diantara yang lainnya dibutuhkan bagi seorang copywriter karena kegiatan copywriting sangat erat kaitannya dengan citra brand ataupun perusahaan. Seorang copywriter harus bisa memproduksi konten yang bisa memasarkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan. b. Kemampuan membuat konten yang “out of the box” Beda diantara yang lainnya dibutuhkan bagi seorang copywriter karena kegiatan copywriting sangat erat kaitannya dengan citra brand ataupun perusahaan. Seorang copywriter harus bisa memproduksi konten yang bisa memasarkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan. c. Cermat dalam melakukan observasi 18 Untuk membuat konten, wajib adanya melakukan pengamatan guna melihat konten apa yang sekiranya tepat untuk brand dan isu apa saja yang sedang menjadi perhatian saat ini. Dengan mengamati, konten yang dibuat akan lebih sesuai dan tepat sasaran. Pengamatan juga perlu dilakukan dengan cara wawancara, penelitian, hingga proses editing untuk produk atau jasa yang ingin di tonjolkan d. Menjadi Siapapun Dalam melakukan copywriting kita perlu membuat konten yang sesuai dengan target sasaran perusahaan. Target yang di sasar tentunya memiliki latar belakang yang beragam. Karenanya, copywriter harus bisa menempatkan diri menjadi target konsumen yang sesuai dengan target perusahaan. Dengan begitu tulisan yang dibuat akan lebih sesuai dan tepat sasaran. Seorang copywriter juga tidak jarang harus mengikuti kemauan klien atau atasan, sehingga harus ada penyesuaian kemauan klien dengan konsep yang kita miliki dalam melakukan copywriting e. Mampu menggunakan media Penulisan konten untuk media satu dengan media lainnya bisa jadi berbeda. Misalkan media sosial twitter dan

instagram tentunya berbeda. Bahkan dalam satu media sosial pun seperti instagram feed dan instagram story memiliki karakteristik berbeda. Untuk itu seorang copywriter harus selalu update dan menguasai berbagai platform. Pekerjaan yang dilakukan seorang copywriter bisa berbeda-beda tergantung dari perusahaan. Namun Maretha (2021) mengutip dari Indeed, cakupan pekerjaan seorang copywriter adalah: a. Membuat konten yang sejalan dengan tone of voice / brand voice suatu perusahaan b . Mendiskusikan keinginan klien atau perusahaan message apa saja yang hendak disampaikan kepada target market c. Mengusung dan menyampaikan konsep copy dan menjalankannya. Dalam penyampainnya, seorang copywriter harus mampu membuat klien atau perusahaan tertarik dengan konsep yang telah dibuat d. Apabila terdapat brief, copywriter menerjemahkan dan mengejawantahkan brief tersebut e. Bekerjasama dengan departemen pemasaran dan hubungan masyarakat untuk pengembangan ide kampanye pemasaran f. Menerima dan mendengar umpan balik / tanggapan dari klien untuk kemudian merevisi sesuai kemauan klien Dalam artikelnya, Maretha (2021) juga menyinggung bahwa copywriter pun ada jenisnya. Diantaranya adalah website copywriter, Ads copywriter, Social Media Copywriter, Technical copywriter, dan Niche copywriter. Dalam kerja profesi yang praktikan jalankan, Praktikan adalah seorang Social Media Copywriter yaitu membuat konten untuk Social Media Perusahaan CV. Cahaya Teknik Diesel 19 3.1.4 Social Media Admin Definisi general dari admin online yaitu seorang yang in charge dalam pengelolaan dan pengoperasian yang berkaitan dengan online platform. 2 jenis pekerjaan online admin adalah media admin sosial media serta admin toko online. Admin online dianggap sebagai posisi yang penting dalam bisnis karena admin bertugas membuat calon konsumen yang mulanya ragu menggunakan produk atau jasa menjadi yakin. Admin online berkontribusi supaya service yang diberikan perusahaan konsisten dan responsif (Prima, 2023). Prima (2023) juga menjelaskan mengenai tugas Social Media Admin secara spesifik adalah sebagai berikut: a. Memastikan kerahasiaan kata sandi dan memastikan akun aman Keamanan social media

accuount tentunya menjadi tanggung jawab seorang social media admin. Admin harus menjaga agar akun tidak disalahgunakan. Admin juga wajib berhati- hati dalam penggunaan akun social media, dan tidak menyalahgunakannya b. Membuat rancangan konten yang akan di upload Dalam membuat rancangan konten seorang admin perlu melakukan research mengenai konten apa yang digemari target audiens. Setelahnya, admin menyiapkan gambar, foto, maupun video, melakukan editing hingga menyusun takarir yang sesuai dengan konten yang dibuat. Konten yang dibuat bisa berupa informasi produk, iklan produk, kuis, dan lain lain c. Membuat Jadwal konten Jika konten sudah siap, seorang admin juga perlu menjadwalkan kapan konten di upload d. Berinteraksi dengan followers Menanggapi komentar dari followers, menjawab direct message merupakan cara social media admin mnenjaga interaksi dengan followers

3.2 Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan Kerja profesi di CV Cahaya Teknik Diesel, Praktikan melakukan tahapan proses produksi yaitu pra produksi, Produksi dan Pasca Produksi yang akan dijabarkan di beberapa poin pekerjaan yaitu content plan (tahapan pra produksi), content design (tahapan produksi), copywriting (tahapan produksi) dan Social Media Admin (Tahapan pasca produksi).

3.2.1 Content Plan

Content Plan diawali dari proses riset. Selain diberikan penjelasan oleh pembimbing kerja mengenai scope jasa di CV Cahaya Teknik Diesel, Praktikan melakukan banyak riset mandiri mengenai cara kerja, jenis dan komponen-komponen diesel mengingat pengetahuan praktikan yang minim mengenai diesel dan dunia diesel adalah hal yang baru bagi praktikan sehingga referensi-referensi sangat dibutuhkan. Riset yang praktikan lakukan adalah mencari komponen-komponen diesel khususnya injector, injection pump, bosch pump, test bench engine, dsb. Selain itu praktikan juga mencari tahu siapa saja kompetitor CV Cahaya Teknik Diesel baik di sekitar wilayah perusahaan maupun perusahaan-perusahaan yang aktif di media sosial. Riset kompetitor meliputi bagaimana kompetitor mengelola akun instagram mereka dan konten-konten seperti apa yang mereka unggah. Tujuannya adalah sebagai benchmarking konten CV Cahaya Teknik

Diesel, karena sebelumnya CV Cahaya Teknik Diesel belum terlalu aktif di media sosial, unggahannya masih sedikit, sehingga masih perlu dipertajam ke arah mana konten-konten instagram akan dibawa. Karena CV Cahaya Teknik Diesel merupakan perusahaan yang berbau otomotif, praktikan juga mencari variasi konten akun instagram otomotif lainnya walaupun tidak berhubungan dengan service diesel. Praktikan juga mencoba mencari peluang konten interaktif di luar akun instagram berbau diesel dan otomotif, barangkali ada yang cocok untuk diaplikasikan di akun instagram CV Cahaya Teknik Diesel. Selanjutnya, Praktikan memulai mengumpulkan bahan untuk membuat konten dengan mencari artikel-artikel di internet kemudian merangkumnya menjadi poin-poin penting. Karena media sosial yang digunakan adalah instagram, tentunya kata-kata yang ditampilkan tidak bisa terlalu panjang. Hal itu disebabkan audience pastinya tidak akan memiliki banyak waktu untuk fokus pada konten dengan tulisan panjang.. Dalam membuat content plan, sistem yang digunakan adalah weekly content plan alias perencanaan konten per minggu. Disepakati, Praktikan mulai upload konten pada bulan Juli. Walau begitu, praktikan memulai untuk upload konten pada 29 Juni yang bertepatan dengan hari raya Idul Adha. Awalnya praktikan hanya diminta untuk membuat satu konten per minggu. Dalam merencanakan konten, praktikan memperhatikan segmentasi atau jenis konten yang merujuk pada teori rubrik oleh Effendy (2008). Yaitu Rubrik Informasi, yang praktikan wujudkan dengan konten-konten yang menjelaskan mengenai jenis dan cakupan service yang bisa di provide oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Yang kedua, Rubrik Edukasi yang isinya mengedukasi mengenai bagian-bagian diesel maupun tips dan trick, yang kebangakan praktikan wujudkan dalam konten carousel. Serta Rubrik Hiburan, yang berisikan meme. Selain itu, di luar kategori Rubrik-rubrik tersebut, Praktikan juga merencanakan konten untuk Hari-Hari Besar, untuk itu, setiap hendak merencanakan konten praktikan juga mencari hari besar apa saja yang akan terjadi pada tanggal-tanggal mendatang dan kira-kira hari besar apa saja yang diwujudkan menjadi konten. Karena jika praktikan

cari di internet banyak website rangkuman hari besar yang tidak perlu di rayakan atau dirasa tidak cukup relatable dengan target audience. Berikut adalah penerapan proses content plan yang praktikan lakukan. Ideation dari konten ini adalah karena test bench engine merupakan salah satu step dari service diesel. Diesel Test Bench ini adalah alat atau mesin yang dimiliki oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Alat ini bukanlah alat yang kecil dan bukan alat yang murah, sehingga ini adalah salah satu kelebihan yang dimiliki oleh CV Cahaya Teknik Diesel yang belum tentu dimiliki oleh kompetitor. Hal tersebut membuat praktikan tertarik untuk menonjolkan kelebihan ini. 21 Praktikan mulai melakukan research mengenai test bench engine beberapa hari sebelum konten ini di tayangkan. Praktikan mencari melalui internet mengenai apa itu test bench engine, mengapa test ini penting, apa tujuannya, dan lain sebagainya. Artikel pertama yang praktikan temukan adalah dari www.essom.com, essom menjelaskan test bench engine sebagai "a standard test bed for a single cylinder gasoline or diesel engine" yang artinya kurang lebih test bench engine adalah sebuah uji standar untuk mesin bersilinder tunggal atau juga mesin diesel. Namun demikian, sumber utama yang praktikan gunakan, bersumber dari penelitian dari politeknik bandung yang didapat digital library politeknik bandung di tautan <https://digilib.polban.ac.id>. Selain itu praktikan juga berkonsultasi dengan pembimbing kerja apakah hasil riset ini sudah betul dan selaras dengan apa yang sebenarnya terjadi di CV Cahaya Teknik Diesel.

3.2.2 Content Design

Pada awal masa Kerja Profesi, praktikan diperkenalkan dengan design identity CV Cahaya Teknik Diesel. Warna-warna yang digunakan di dalam desain menyesuaikan dengan logo yaitu biru merah dan putih, namun paling dominan adalah warna biru. Dalam setiap desain yang dibuat pasti disertai dengan Logo, nomor yang bisa dihubungi, dan alamat. Color identity yang selalu ditampilkan dan informasi kontak dan alamat. Font yang dominan digunakan di desain konten adalah font Montserrat Classic. Ini sesuai dengan salah satu design principle yaitu repetition atau pengulangan elemen

desain. Repetition membuat konten-konten dari CV Cahaya Teknik Diesel menjadi khas, mudah dikenali, dan memiliki branding yang lebih kuat. Kekhasan desain ini juga menjadi kelebihan dari konten media sosial CV Cahaya Teknik Diesel dibandingkan dengan kompetitornya. Praktikan juga sangat memperhatikan agar konten yang dibuat memberikan User Experience (UX) yang baik bagi audiens yaitu nyaman untuk dipandang, dinikmati, dan dipahami. Praktikan menggunakan foto yang menarik untuk digunakan dalam konten. Foto dan video didapatkan dari free stock seperti canva pro, unsplash, dsb. Jika tersedia dan dianggap cukup menarik, Praktikan berusaha untuk memanfaatkan stok foto yang dimiliki oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Namun dari awal hingga akhir masa kerja profesi tidak terlalu banyak stock foto dan video dari CV Cahaya Teknik Diesel yang tersedia, cukup menarik dan memiliki kualitas yang baik (tidak pecah saat di upload) sehingga praktikan lebih dominan menggunakan free stock foto dan video. Tentunya dengan approval dari pembimbing kerja. Sebagian dari foto dan video pengerjaan service oleh CV Cahaya Teknik Diesel, praktikan ambil sendiri menggunakan kamera handphone untuk kemudian diolah di aplikasi desain canva. Dalam melakukan design content berikut ialah penerapan yang praktikan lakukan yakni seperti konten-konten sebelumnya, konten test bench engine ini menggunakan nuansa biru, dan menggunakan font yang sama yaitu montserrat classic. Praktikan menggunakan aplikasi desain Canva dalam pembuatan konten ini. Praktikan juga berhasil mendapatkan high definition photo untuk konten ini melalui free photo stock canva pro. Untuk menambahkan penekanan dan kontras, praktikan menambahkan efek shadow di 22 bawah gambar mesin, sehingga walaupun background yang digunakan adalah putih, mesin tersebut terasa lebih hidup dan nyata berkat bayangan di bawahnya. Dalam konten ini, praktikan memutuskan untuk membuat konten ini dalam bentuk two slide carousel. Demi User Experience yang lebih nyaman bagi para audience. Keterbacaan konten juga menjadi titik berat bagi praktikan untuk membuatnya menjadi konten carousel 2 slide. Slide pertama hanya ada gambar mesin atau

alat test bench engine dan tulisan "Test Bench Engine Fungsinya Apa?" untuk memantik curiosity audiens, sehingga audiens tertarik untuk menggeser ke slide selanjutnya. Praktikkan juga menambahkan tulisan "swipe" pada pojok kanan bawah, untuk memastikan audiens mengetahui bahwa ini adalah sebuah konten carousel bukan single photo post yang hanya berisi pertanyaan. Walaupun sebetulnya penjelasan-penjelasan yang dapat dimasukkan dalam konten begitu banyak, praktikkan memilih untuk tidak bertele-tele dalam menjelaskan dan langsung ke poin-poin apa saja fungsi test bench engine di slide ke dua. Praktikkan menjelaskannya fungsi test bench engine dengan kata-kata "Menguji Kinerja Mesin Diesel sehingga diketahui: kemudian membubuhkan arrow atau tanda panah dari arah gambar alat ke 6 poin yang berisi data apa saja yang akan didapat dari test bench engine. Data yang bisa didapat dari uji ini yaitu jumlah konsumsi bahan bakar, berapa jumlah konsumsi udaranya, daya yang dihasilkan, putaran, torsi, serta temperatur. Tidak lupa pada bagian bawah desain, praktikkan selalu membubuhkan nomor telepon customer service CV Cahaya Teknik Diesel dan juga Alamat. Sehingga siapapun yang menemukan konten ini baik di instagram, facebook, google, maupun share konten melalui WhatsApp dapat langsung mengetahui informasi kontak yang bisa dihubungi Dan di mana lokasi CV Cahaya Teknik Diesel. Hal ini juga bisa disebut sebagai call to action dalam desain. Gambar 3. 1 Proses Content Design Menggunakan Aplikasi Canva 23

3.2.3 Copywriting Target audience CV Cahaya Teknik Diesel

seandainya adalah laki-laki, pemilik perusahaan alat berat dan ada di rentang usia 40 hingga 70 tahun. Namun CV Cahaya Teknik Diesel beraspirasi untuk memperluas range pelanggan mereka yaitu: laki-laki berusia 30 tahun hingga 70 tahun, dan menambahkan kalangan pemilik mobil dengan diesel contohnya seperti pajero sport dakar, daihatsu taft, dsb. Untuk itu konten dibuat semenarik mungkin untuk perluasan market tersebut. Hal ini juga berpengaruh pada gaya tulisan di dalam konten CV Cahaya Teknik Diesel yang walaupun masih terbilang formal, tetapi santai. Sisi komunikasi formal berusaha menunjukkan bahwa CV Cahaya Teknik Diesel

adalah perusahaan yang trusted , dan sisi komunikasi santai dan lugas, berusaha memberikan kesan bahwa CV Cahaya Teknik Diesel luwes dan reachable. Pada awalnya konten yang praktikan buat, praktikan masih menerapkan konten semi artikel dengan sistem carousel (konten dengan beberapa slide). Tulisan juga cenderung lebih panjang. Namun untuk selanjutnya, terutama di bulan Agustus praktikan berusaha untuk membuat tulisan yang seefisien mungkin agar audience tidak mudah bosan dan melewatkan info yang sebenarnya ingin disampaikan. Copywriting juga praktikan gunakan dalam penulisan caption. Walaupun dalam setiap post praktikan berusaha menampilkan padat informasi di bagian gambar, takarir tetap praktikan pikirkan dengan baik untuk tidak terlalu panjang, tidak banyak menggunakan emoji dan memiliki call to action yang rata-rata adalah ajakan untuk membawa kendaraan atau mesin diesel ke CV Cahaya Teknik Diesel untuk dibetulkan maupun untuk service berkala. Dalam prakteknya Copywriting dalam konten Test Bench Engine ini dominan digunakan pada saat memilah informasi yang akan ditampilkan di konten. Informasi yang ringkas, padat, dan jelas, terbilang penting dalam sebuah konten, namun harus dipastikan bahwa konten tetap mudah dimengerti dan tidak membingungkan bagi audiens. Copywriting tentunya juga digunakan dalam pembuatan caption. Umumnya, praktikan membuat caption yang tidak terlalu panjang. Caption yang praktikan buat terbagi menjadi tiga bagian. Bagian pertama dalam caption konten ini adalah penjelasan umum mengenai konten untuk itu praktikan menulis "Diesel Test Bench merupakan salah satu alat yang dimiliki oleh Cahaya Teknik Diesel . Bagian kedua, menjelaskan fungsi yang lebih detail namun padat, untuk itu praktikan merangkainya menjadi "Mesin ini berfungsi untuk menguji kinerja mesin diesel setelah dilakukan tune up sehingga sesuai dengan kebutuhan pelanggan . Pada bagian ke tiga biasanya merupakan ajakan atau lebih dikenal dengan call to action bagi audiens yang praktikan wujudkan menjadi kata-kata "jadi jangan ragu untuk service diesel kalian di Cahaya Teknik Diesel karena alat yang kami gunakan sesuai dengan kebutuhan diesel anda . Kalimat pada bagian ke tiga ini

juga menjadi kalimat reassuring yang menunjukkan bahwa target CV Cahaya Teknik Diesel merupakan perusahaan yang trusted dan mampu menangani diesel dengan baik serta mumpuni. 24 3.2.4 Social Media Admin Praktikan dipercaya untuk memegang akun instagram CV Cahaya Teknik Diesel untuk menjadi social media admin. Tentu saja tugas utama dari social media admin adalah mengupload dan membalas komentar maupun direct message yang masuk. Dalam mengunggah konten yang sudah dibuat, praktikan memastikan mengunggah pada jadwal yang sesuai dengan weekly content plan yang telah dibuat. Pada bulan Juli, dimana disepakati untuk unggah satu konten per minggu. Namun pada bulan Agustus praktikan menaikkan volume unggahan menjadi tiga kali seminggu. Selain jumlah konten yang diupload, improvement juga praktikan lakukan dengan membuat jadwal unggahan yang lebih teratur yaitu di hari Rabu, Kamis dan Jumat di setiap minggunya. Sebagai social media admin, praktikan melakukan final editing sesaat sebelum upload setiap konten, apakah ada yang salah ketik, apakah setelah caption yang telah dibuat sebelumnya di salin ke kolom caption terlalu panjang, dsb. Saat mengupload praktikan juga melakukan final checking pada desain yang telah praktikan buat, apakah warnanya telah sesuai, apakah tulisan di dalam desain terbaca saat di preview, apakah kualitas yang di export dari aplikasi desain sudah sesuai. Praktikan diwajibkan untuk juga mengunggah secara mirror atau sama persis konten di instagram dengan di facebook. Untuk itu tidak lupa praktikan memastikan bahwa tombol “also post to: Facebook CV Cahaya Teknik Diesel” maka akan otomatis terupload ke facebook. Dalam kurun waktu antara tanggal 12 Juni 2023 hingga 1 September 2023 ada 21 konten yang praktikan unggah. Namun sebelum praktikan menyelesaikan masa kerja profesi di CV Cahaya Teknik Diesel, praktikan menyiapkan 2 konten tambahan untuk di upload di bulan September, jadi total konten yang praktikan buat dan upload adalah 23 konten. Berikut adalah beberapa konten yang praktikan buat selama menjalani Kerja Profesi di CV Cahaya Teknik Diesel: a. Konten Rubrik Informasi Praktikan mengklasifikasikan konten rubrik informasi

sebagai konten yang menginformasikan kepada target audiens mengenai service yang bisa dilakukan oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Salah satunya adalah Konten yang menginformasikan service apa saja yang bisa dilakukan oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Dalam konten ini disampaikan bahwa CV Cahaya Teknik Diesel melayani service common rail, injection pump, nozzle, Bosch Pump dan Kalibrasi untuk segala jenis diesel. Kata-kata “SEGALA JENIS DIESEL di emphasis karena terdapat beberapa jenis diesel, diesel tipe lama dan tipe baru. Sejauh ini mayoritas diesel yang dikerjakan oleh CV Cahaya Teknik Diesel adalah tipe diesel lama. Hal tersebut disinyalir salah satunya karena para pelanggan maupun target audience belum mengetahui bahwa CV Cahaya Teknik Diesel mampu menangani diesel tipe baru. Unggahan lain yang termasuk dalam kategori rubrik informasi adalah konten “kami dapat melayani segala jenis diesel dan juga “reminder perawatan diesel berkala . Agak berbeda, tipe unggahan rubrik informasi di atas, praktikan membuat berbagai konten video pengerjaan service. Video pengerjaan saat service dilakukan adalah tipe konten yang banyak diunggah oleh media sosial para kompetitor. Praktikan berpendapat video pengerjaan begitu penting diupload sebab menunjukkan bahwa CV Cahaya Teknik Diesel memiliki bukti nyata mampu menyelesaikan masalah-masalah pada berbagai jenis case diesel. Contoh salah satu video pengerjaan terlihat pada gambar dibawah ini yang merupakan video “Upgrade Nozzle Daihatsu Taft GT Diesel . Selain ini, video pengerjaan yang lainnya adalah “Upgrade Injector Mitsubishi Pajero Sport Dakar , “kalibrasi Injector Forklift Toyota 6 Cylinder , “Scan Engine Check Menyala Mitsubishi Pajero Sport , “Upgrade Injector Isuzu Giga 210PS , dan “Service Bosch Pump Toyota Forklift 4 Cylinder . \ b . Konten Rubrik Edukasi Konten yang praktikan kategorikan sebagai konten edukasi adalah konten-konten yang memberikan pengetahuan mengenai hal-hal yang berkenaan dengan komponen diesel dan juga tips mengenai diesel dan mesin. Salah satu konten edukasi yang praktikan buat adalah konten “kapan harus ganti filter solar? seperti pada gambar di bawah ini. Gambar 3. 3 Kapan Harus Ganti Filter Solar Konten ini mengedukasi mengenai kapan

REPORT #21909257

pelanggan harus mengganti filter solar pada mesin mereka. Praktikan menjelaskan melalui gambar dan poin 1 sampai 4. Poin-poin Gambar 3. 2 Konten Upgrade Nozzle Daihatsu Taft GT Diesel 26 tersebut berupa pertanda-pertanda yang jika muncul tandanya para pelanggan harus segera mengganti filter solarnya. Pertanda yang praktikan sampaikan dalam konten tersebut antara lain asap hitam keluar walau dalam keadaan mesin menyala, tenaga mesin berkurang serta tarikan yang berat, peningkatan MID filter solar sudah menyala, dan Jika sudah menempuh 20.000 kilometer.

iKonten ini dibalut dalam bentuk 2 slides carousel post. Walau berformat carousel, penjelasan ini cukup padat karena semua fungsi dijelaskan di slide ke-2. Selain konten tersebut, konten lain yang masuk dalam rubrik edukasi adalah, “Tips Merawat Mobil Diesel”, “Kenali tanda Bosch Pump Bermasalah”, “Service On Time Bikin Dompet Lebih Irit?”, “Test Bench Engine Fungsinya Apa?” dan “Kalibrasi Injector Sepenting Apa?”. Salah satu konten edukasi yang praktikan buat, menggunakan format Instagram Reels yaitu video vertical di Feed. Konten tersebut mengenai “Perbedaan Mobil Diesel vs Bensin”. Praktikan membuatnya dengan menggabungkan beberapa foto dan video dan diberi animasi. Selain itu, Praktikan memberikan voice over sebagai narasi yang mengiringi konten video ini.

c. Konten Rubrik Hiburan Konten Rubrik Rekreasi adalah konten yang sangat menyegarkan ditengah konten informasi dan edukasi yang lebih dominan di unggahan CV Cahaya Teknik Diesel. Konten Hiburan yang praktikan buat semuanya dibalut dalam bentuk meme. Arti meme sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai cuplikan gambar dari acara televisi, film, dan sebagainya atau gambar buatan sendiri yang dimodifikasi dengan cara menambahkan kata-kata atau tulisan-tulisan untuk tujuan melucu dan menghibur. Contoh konten hiburan yang praktikan buat adalah seperti pada gambar di bawah ini. Praktikan menunjukkan meme terkenal yang sudah banyak tersebar di internet, yang merupakan parodi seseorang yang menirukan aktor Vin Diesel. Konten ini bertajuk “Penampakan Diesel mu sebelum dan sesudah service di Cahaya Teknik Diesel Keterkaitan nama Vin Diesel dan

Mesin Diesel adalah sisi hiburan dari konten ini. Praktikan meyakini ketika mendengar nama Vin Diesel yang terbayang di mayoritas masyarakat adalah mesin diesel. Dalam hal ini diparodikan mesin diesel sebelum versus sesudah service diesel di CV Cahaya Teknik Diesel. Konten hiburan lainnya adalah sebuah meme yang terinspirasi dari film dan buku Dilan “Merawat diesel itu berat, kamu gaakan kuat, biar kami saja. kata Cahaya Teknik Diesel (Bukan Kata Dilan) 27 Gambar 3. 4 Konten Hiburan Penampakan Diesel Sebelum vs Sesudah Service d. Konten Rubrik Hari Besar Konten yang tidak termasuk ke dalam 3 rubrik sesuai dengan buku milik Onong Uchjana Effendy (2008) adalah Konten Hari Besar. Salah satu konten hari besar yang praktikan buat adalah konten memperingati Hari Ulang Tahun Republik Indonesia. Dalam membuat konten ini, praktikan tetap menggunakan color identity CV Cahaya Teknik Diesel yaitu warna biru. Sedangkan hint merah dan putih dibuat lebih dominan dalam post ini sebab ini adalah konten kemerdekaan RI. Gambar 3. 5 Konten Hari Kemerdekaan Indonesia Selain konten kemerdekaan, konten hari besar lainnya yang praktikan buat adalah Hari Raya Idul Adha 1444 H dan Tahun Baru Islam 1445 H Selain itu kegiatan social media admin. Setelah desain dan caption telah siap, dan telah mendapatkan approval dari pembimbing kerja, maka praktikan mulai proses upload. Namun sebelum upload praktikan memastikan desain yang dibuat dan caption yang disusun sudah rapi, nyaman untuk dipandang mata, dan terbebas dari salah ketik. 28 Walaupun praktikan lebih banyak melakukan kegiatan pengelolaan media sosial di platform instagram, namun ada fitur di instagram yang membuat akun instagram dan akun facebook saling terhubung. Linked account ini juga memungkinkan untuk mengunggah sekaligus konten di instagram, sama persis dengan yang akan terunggah di facebook. untuk itu praktikan harus memastikan button "also post on facebook telah aktif. Setelahnya praktikan baru bisa mengunggah konten ini. Dalam konten ini engagement yang masuk hanyalah likes. Jika engagement yang masuk adalah comment, maka praktikan akan menanggapi minimal dengan memberi like kepada comment tersebut atau juga

membalas comment tersebut. Langkah tersebut juga sebagai penutup sebuah proses produksi dari awal hingga akhir. 3.2.5 Pekerjaan Tambahan a. Membantu pekerjaan ringan di bengkel Setiap praktikan melakukan visit ke kantor cabang, pekerjaan utama praktikan adalah mendokumentasikan pekerjaan yang dilakukan oleh teknisi untuk kemudian mengolahnya menjadi konten. Namun tentunya dokumentasi yang dibuat tidak seluruh proses service dan hanya proses yang penting dan krusial untuk ditunjukkan ke audiens. Sehingga ada banyak waktu luang yang praktikan manfaatkan untuk belajar dan bertanya kepada para teknisi. Selain belajar, praktikan juga menyediakan diri untuk membantu pekerjaan-pekerjaan kecil seperti mengambilkan alat, mengangkat mesin, mengoperasikan mesin sesuai arahan teknisi dan lain sebagainya. Hal ini sangat berguna, karena praktikan bisa benar-benar mengerti bagian-bagian diesel, permasalahan, alat, dan lain-lain. Dengan turun langsung dalam proses pengerjaan service diesel dan berinteraksi dengan para teknisi menjadikan konten yang praktikan buat menjadi lebih mendalam dan tepat. b. Membantu Pelayanan dan Pengiriman mesin ke cabang Cimone Apabila pekerjaan di sebuah kantor cabang sudah terlalu membludak, biasanya CV Cahaya Teknik Diesel tidak tamak sehingga membagikan atau menyalurkan pekerjaan ke perusahaan rekanan yang mampu menampung pekerjaan tersebut. Praktikan sebagai mahasiswa magang diajak untuk mengambil diesel dari customer di kantor cabang cimone untuk kemudian di antarkan ke bengkel rekanan CV Cahaya Teknik Diesel . Hal ini bermanfaat bagi praktikan untuk mengerti lebih dalam bagaimana CV Cahaya Teknik Diesel bekerja dan menjalin kerja sama dengan para rekanan. Praktikan juga menambah relasi berkat kegiatan ini. c. Membantu pengadaan peralatan bengkel Pada saat praktikan melakukan visit ke kantor pusat Cikarang pada bulan Agustus 2023, praktikan diajak oleh pembimbing kerja dan juga owner untuk mencari sebuah socket scanner truk di Kawan Lama Group, perusahaan rekanan CV Cahaya Teknik Diesel dalam hal pengadaan peralatan dan perlengkapan bengkel. Socket tersebut merupakan barang yang cukup penting di bengkel sebab berfungsi

untuk melakukan scanning kerusakan yang terdapat di mesin truk. Di Kawan Lama, Owner menjelaskan kebutuhan peralatan tersebut dan ternyata harga dipatok hampir 30 juta rupiah, karena perusahaan rekanan tidak bisa menjual socket nya saja, harus dengan satu set penuh. Pembelian juga harus dilakukan dengan sistem indent yang cukup lama, yaitu satu bulan Owner, pembimbing kerja, dan tim lainnya mencoba mencari alternatif dengan mencari kontak perusahaan lain yang sekiranya menjual socket tersebut. Praktikan ikut mencari socket yang dimaksud di internet, termasuk juga di marketplace dalam dan luar negeri. Praktikan akhirnya menemukan socket tersebut di salah satu marketplace dengan harga 350 ribu rupiah. Setelah berkonsultasi dengan owner dan pembimbing kerja, praktikan langsung memesan socket tersebut walau harus indent selama seminggu karena barang tersebut dibeli dari Tiongkok. d. Membantu pencetakan nota, kartu nama dan merchandise Pembimbing kerja memerlukan kartu nama dan nota berlogo CV Cahaya Teknik Diesel. Pembimbing kerja juga menginginkan untuk membuat beberapa merchandise. Praktikan dan pembimbing kerja mendiskusikan kira-kira merchandise apa saja yang memungkinkan untuk dibuat dan masih selaras dengan perusahaan yang bergerak di bidang service diesel. Akhirnya ditentukan membuat beberapa merchandise seperti mug, pengharum gantung untuk mobil, dll. Pembuatan merchandise ini akan diberikan kepada customer untuk kepentingan branding dan menjalin hubungan baik. Sebab selama ini belum hal tersebut pernah dilakukan. Pembimbing kerja tidak terlalu familiar dengan vendor digital printing terutama yang menawarkan harga bersaing. Praktikan membantu memperkenalkan dan ikut mengantarkan ke digital printing langganan praktikan. 3.2.6 Prestasi dan Perubahan Saat melakukan kerja praktik di CV Cahaya Teknik Diesel, praktikan memberikan beberapa ide baru mengenai pengelolaan konten CV Cahaya Teknik Diesel. Perubahan yang pertama yakni praktikan menerapkan konsep rubrik guna mengklasifikasi jenis konten. Sebelumnya Instagram CV Cahaya Teknik Diesel tak memiliki rubrik tertentu dan konten yang dibuat hanya seputar pengerjaan mesin di

bengkel. Melihat keadaan tersebut praktikan berinisiatif membuat perubahan yakni membuat konten lebih beragam melalui sistem rubrik. Rubrik baru tersebut yaitu rubrik hari besar, informasi, edukasi, hingga hiburan.

Tujuan dari perubahan tersebut yakni untuk menggaet lebih banyak audiens yang mengunjungi akun media sosial perusahaan. Lalu perubahan selanjutnya ialah bahasa design yang berbeda. Praktikan membawakan color tone yang berbeda yakni mengkombinasikan warna biru dengan putih pada bahasa design agar terlihat lebih elegan dari sebelumnya. Lalu perubahan selanjutnya

ialah pembuatan reels. Pembuatan reels merupakan konten yang sebelumnya

belum pernah dibuat oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Konten Reels yang praktikan buat ialah mengenai kandungan sulfur pada bahan bakar diesel dengan tujuan mengedukasi khalayak mengenai CN pada bahan bakar diesel agar injector diesel lebih terjaga. Perubahan tersebut juga didasari oleh

aktivitas pengunjung media sosial perusahaan serta masukan dan saran dari mentor.

3.3.3 Kendala Yang Dihadapi Terdapat beberapa kendala yang

dihadapi praktikan pada saat Kerja Profesi di CV Cahaya Teknik Diesel

bersumber dari hal yang berbeda-beda, diantaranya: a. Keterbatasan wawasan

mengenai jasa yang diberikan perusahaan Keterbatasan informasi mengenai

jasa yang ditawarkan perusahaan terhadap pelanggan, mengingat bidang dari

CV Cahaya Teknik Diesel merupakan jasa service injector diesel. Hal

tersebut membuat praktikan membutuhkan waktu lebih untuk memahami mengenai

bagian-bagian mesin diesel seperti fungsi bosch pump, injector, injection

pump, nozzle, commonrail system, dan lain sebagainya. Kemudian harus pula

memahami kemungkinan kerusakan apa saja yang terjadi dari komponen-komponen

di atas serta bagaimana cara menanganinya. Sedikit banyak praktikan juga

harus mempelajari fungsi alat-alat yang digunakan untuk memperbaiki

komponen diesel yang rusak, hal ini merupakan sesuatu yang sangat baru

bagi praktikan b. Keterbatasan membuat ide konten baru Praktikan

mengalami keterbatasan ide yang fresh secara konsisten, hal tersebut

disebabkan oleh beberapa faktor yaitu seperti yang disebutkan diatas

yakni praktikan memiliki wawasan yang terbatas mengenai mesin diesel

serta perbaikannya. Kendala ini ditambah dengan sulitnya menemukan ide konten yang fresh dan berbeda dengan kompetitor dikarenakan praktikan melihat konten yang disajikan di Instagram oleh kompetitor tak jauh berbeda antara satu dengan yang lainnya.

c. Jarak CV Cahaya Teknik Diesel yang Jauh Praktikan mengalami kendala program kerja profesi CV Cahaya Teknik Diesel yang work from home serta jarak kediaman praktikan ke bengkel cukup jauh sehingga tidak bisa mendokumentasi kegiatan bengkel setiap harinya. Persediaan foto menjadi terbatas, karena tidak setiap saat bisa datang ke bengkel.

d. Keterbatasan Penggunaan Software Editing Dalam hal software editing, praktikan mengalami beberapa kendala. Praktikan belum mahir dalam penggunaan software editing seperti Adobe photoshop, Adobe Premiere, serta Adobe Illustrator. Karena untuk menguasai penggunaan software tersebut membutuhkan waktu yang lebih lama bagi praktikan serta membutuhkan biaya yang cukup mahal untuk mendapat aplikasi tersebut secara original. Selain itu spesifikasi komputer praktikan yang belum support untuk menggunakan aplikasi tersebut.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi kendala di atas praktikan menemukan cara untuk mengatasi hambatan tersebut dengan diantaranya :

a. Keterbatasan wawasan mengenai jasa yang diberikan perusahaan Keterbatasan wawasan mengenai jasa yang diberikan perusahaan praktikan atasi dengan semaksimal mungkin mempelajari komponen diesel serta kemungkinan kerusakannya melalui internet sepanjang masa kerja profesi. Selain itu saat visit ke kantor 31 praktikan memperhatikan dengan seksama bagaimana para mekanik bekerja melakukan perbaikan mesin dan servis berkala dari tahap awal hingga akhir pengerjaan.

b. Keterbatasan membuat ide konten baru Untuk mengatasi keterbatasan membuat ide konten baru yang fresh, praktikan mencari Inspirasi ide konten melalui internet. Praktikan juga melakukan riset dengan memperhatikan media sosial perusahaan lain sebagai referensi. Praktikan juga belajar jenis-jenis penanganan diesel melalui media sosial kompetitor. Selanjutnya, praktikan menggali informasi mengenai komponen diesel serta penanganan kerusakannya dengan bertanya kepada mekanik Cahaya

Technik Diesel. Karena tidak semua hal yang praktikan temukan di media sosial kompetitor bisa dilakukan oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Begitu pula sebaliknya, ada hal-hal yang ternyata tidak diliput atau ditampilkan di media sosial kompetitor, namun ternyata bisa dilakukan oleh CV Cahaya Teknik Diesel. Disamping itu praktikan mencoba untuk berpikir out of the box dengan melakukan riset serta komparasi ide konten Instagram dengan melihat akun Instagram brand atau perusahaan otomotif lainnya, seperti Planet Ban, Proban Motoparts, GridOto, dan lain sebagainya. Ini praktikan lakukan untuk mencari sample konten yang menarik dan interaktif agar tampil beda dan lebih segar dibandingkan dengan workshop mesin diesel lainnya.

c. Jarak CV Cahaya Teknik Diesel yang Jauh Kendala tersebut praktikan atasi dengan melakukan stock video serta foto yang banyak Ketika praktikan mengunjungi bengkel Cahaya Teknik Diesel. Selain itu apabila ada konten yang penting untuk diunggah yang membutuhkan dokumentasi saat itu juga praktikan akan meminta tolong kepada pihak bengkel untuk mengirimkan video atau foto lalu praktikan akan melakukan pengeditan konten. Praktikan juga memperbanyak konten mengenai informasi serta tips & trick merawat mesin diesel sehingga tidak selalu membutuhkan dokumentasi langsung dari bengkel dan dapat menggunakan stock foto yang ada maupun dari internet.

d. Keterbatasan Penggunaan Software Editing Untuk mengatasi kendala terbatasnya praktikan dalam penggunaan software Adobe Photoshop, Adobe Premier, serta Adobe Illustrator, praktikan menggunakan aplikasi Canva yang berbasis web browser. Dengan basis web browser yang diusungnya, membuat aplikasi tersebut tak membutuhkan jenis spesifikasi komputer yang tinggi sehingga komputer praktikan mampu untuk menjalankan aplikasi Canva. Lengkapnya fitur editing foto, video dan grafis yang disediakan membuat praktikan terbantu dalam membuat konten. Dengan harga yang terjangkau serta penggunaannya yang mudah membuat praktikan menemukan solusi dari kendala ini.

32 BAB IV PENUTUP 4.1
Simpulan Pelaksanaan Kegiatan Pengelola Media Sosial pada CV Cahaya Technic Diesel sebagai implementasi kegiatan Kerja Profesi telah selesai

dilakukan praktikan pada tanggal 1 September 2023. Kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Praktikan mendapat pengalaman bekerja sebagai pengelola konten media sosial pada perusahaan di bidang bengkel diesel
2. Praktikan mendapat pembelajaran bagaimana mengembangkan Media Sosial Instagram CV Cahaya Teknik Diesel
3. Praktikan dapat melihat kegiatan pemasaran yang dilakukan CV Cahaya Teknik Diesel secara langsung face to face dan melalui Instagram
4. Praktikan menjadi lebih paham seluk beluk mesin diesel
5. Praktikan dapat mengaplikasikan Ilmu Hubungan Masyarakat pada Kegiatan Pengelola Media Sosial
6. Dalam Mengelola Media Sosial Instagram CV Cahaya Teknik Diesel praktikan menjadi lebih mengetahui detail kegiatan Content Plan, Content Design, Copy Writing dan Admin Media Sosial
7. Praktikan menjadi lebih memahami manfaat dari komunikasi, koordinasi dan kerjasama dengan para mekanik, mentor dan atasan. Terutama menindak lanjuti evaluasi atau masukan dari mentor.
8. Praktikan menjadi lebih bertanggung jawab atas isi postingan Media Sosial Instagram CV Cahaya Teknik Diesel.

4.2 Saran Dengan hasil kegiatan Kerja Profesi yang praktikan jalani pada CV Cahaya Teknik Diesel sebagai pengelola konten media sosial yang sudah dijabarkan sebelumnya, Berikut beberapa masukan yang dapat praktikan sampaikan sebagai pertimbangan untuk meningkatkan mutu dan kualitas CV Cahaya Teknik Diesel:

4.2.1 Saran untuk CV Cahaya Teknik Diesel Sejumlah masukan untuk CV Cahaya Teknik Diesel setelah praktikan melaksanakan Kerja Profesi sebagai Pengelola Kegiatan Media Sosial Instagram adalah

1. Meningkatkan tayangan konten yang berbobot, menarik dan mudah dimengerti
2. Menjaga keberlangsungan instagram sebagai salah satu sarana komunikasi dan pemasaran kepada para pelanggan

4.2.2 Saran Untuk Ilmu pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) Saran praktikan untuk pengembangan IPTEK:

- 33 1. Meningkatkan pembelajaran dan praktik mengenai proses produksi konten dan pengelolaan media sosial
2. Meningkatkan pembelajaran komunikasi pemasaran dalam mata kuliah Hubungan Masyarakat



REPORT #21909257

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.36% jkn.unitri.ac.id https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/download/39/26/	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.33% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8075/13/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.26% journal.uc.ac.id https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/348/317	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.25% repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/9801/1/Laporan%20PKL_Sukandi_1702518009_DII...	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.24% journals.upi-yai.ac.id https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/239..	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.14% uici.ac.id https://uici.ac.id/ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia/	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.12% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4553/12/12.%20BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.11% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1550/11/11.%20BAB%20I.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
9.	0.1% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7089/12/12.%20BAB%20II.pdf	●



REPORT #21909257

INTERNET SOURCE

10. **0.05%** kerma.esaunggul.ac.id

<https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/9262-Laporan%20magang%20..>

