



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PROSES PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam melakukan praktek kerja magang dalam waktu kurang lebih tiga bulan sesuai dengan program studi yang ditentukan, penulis ditempatkan dalam bagian *Power Tools* di PT. Robert Bosch Indonesia sebagai *Content Marketer*. Selama melakukan praktik kerja di Bosch penulis dibimbing oleh Maharlika Kumastyo selaku *supervisor* Bagian *E-commerce* sejak tanggal 2 Maret 2020 sampai dengan 29 Mei 2020.

Dalam melakukan proses kerja magang, penulis setiap satu minggu sekali diharuskan untuk menyumbangkan ide untuk nantinya dijadikan konten. Selanjutnya, ide tersebut di diskusikan bersama *supervisor* dan jika disetujui maka ide tersebut akan direalisasikan menjadi sebuah konten pada *official account* PT. Robert Bosch Indonesia.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Praktek kerja magang yang dilakukan selama sekitar tiga bulan membuat penulis mendapatkan berbagai tugas di divisi *Power Tools*, seperti membuat video konten media sosial, perekapan dokumen, membuat caption untuk media sosial, menyunting dan mendesain foto produk dan lain-lain. Seluruh tugas yang didapat penulis selalu mendapatkan bimbingan dan arahan yang sesuai dengan tanggung

jawab yang sedang dilakukan. Berikut uraian praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis, yaitu:

Content marketer biasanya bekerja sama dalam perihal pencarian konten baru untuk dibuatkan dalam bentuk video serta membagi tugas perekapan data dari sejumlah toko *online* maupun *offline*. Dalam kegiatan ini *supervisor* selalu dilibatkan pada setiap pembuatan video. Selain itu kami para team *E-Commerce* sama-sama memberikan masukan untuk pembuatan video seperti alur video, sampai mengedit video.

Salah satu contoh *project* konten video yang pernah penulis kerjakan adalah membuat video *tutorial* pembuatan rak minuman menggunakan produk Bosch. Pertama, penulis memberikan ide kepada *supervisor* untuk membuat video DIY dalam diskusi divisi. DIY atau *Do It Yourself* yang memiliki arti dalam Bahasa Indonesia, yaitu “melakukan sendiri” adalah sebuah aktifitas dimana seseorang melakukan kegiatan membangun dan merakit sendiri (Calibreworks, 2020). Kedua, setelah ide tersebut diterima oleh *supervisor* penulis mencari video-video DIY menggunakan product Bosch untuk dijadikan konten yang akan di unggah. Ketiga, video yang dipilih oleh *supervisor* merupakan video DIY pembuatan rak minuman. Keempat, penulis selanjutnya mengunduh dan mempersingkat durasi video tersebut agar dapat diunggah ke media sosial yang dimiliki oleh PT. Robert Bosch. Kelima, setelah video tersebut selesai dikerjakan penulis mengunggah hasil video tersebut ke seluruh media sosial.

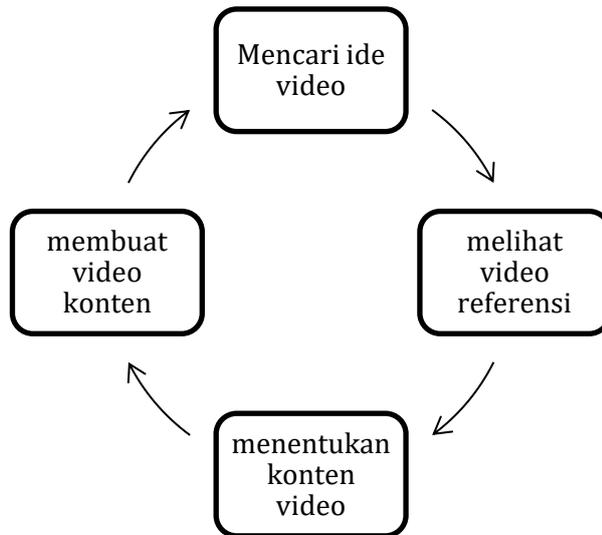
Gambar 3.2 video *Do It Yourself*



Sumber: Instagram @boschptindonesia

Selain membuat konten, penulis juga membuat *caption* untuk setiap konten yang telah dibuat. Penulis mengawasi pembuatan *caption* dengan membuat kalimat *caption* sesuai dengan tema konten, selanjutnya penulis menyerahkan *caption* tersebut kepada *supervisor* untuk direvisi sebelum disetujui. Setelah *Caption* direvisi oleh *supervisor* kemudian penulis koreksi kembali dan diperbaiki untuk selanjutnya *supervisor* setuju agar dapat diunggah bersama hasil konten di seluruh media sosial.

Bagan 3.2 Alur pembuatan video



Sumber: Olahan Penulis

Tugas selanjutnya yang sering penulis lakukan adalah rekapitulasi data dimana penulis harus melakukan rekapitulasi seluruh pemasukan dari penjualan produk bosch yang dilakukan oleh toko *offline* maupun toko *online*. Penulis melakukan perhitungan atas jumlah barang yang terjual, harga barang, dan promosi atau diskon pada setiap barang, dan selanjutnya penulis mendapatkan data total harga barang yang telah terjual. Rekapitulasi data tersebut dimasukan kedalam konten master data yang dimiliki oleh perusahaan untuk nantinya dijadikan *track record* penjualan perusahaan.

No	Pekerjaan yang dilakukan	Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pembuatan konten video media sosial	Yellow											
2	Mengelola media sosial	Blue	Blue										
3	Mengelola Toko online pada platform Tokopedia				Red				Red				Red

3.3 Uraian Pelaksanaan Tugas Magang

Selama praktek kerja magang di PT. Robert Bosch Indonesia sebagai bagian dari *Content Marketer*, penulis menjalankan beberapa aktivitas penting seperti seperti membuat video *campaign product*, pengelolaan media sosial, serta rekapitulasi data penjualan online. Berikut adalah pemaparan pelaksanaan praktek kerja magang yang penulis kerjakan:

3.3.1 Terlibat dalam pembuatan konten video media sosial

Membuat konten video media sosial merupakan salah satu tugas yang diberikan kepada penulis selama praktek kerja magang di PT. Robert Bosch Indonesia. Dalam merancang konten yang tepat, tim memulai diskusi ide sampai pengunggahan video di seluruh media sosial.

Pembuatan konten video media sosial biasanya dilakukan oleh penulis dan *supervisor*, penulis melakukan pencarian ide kreatif yang selanjutnya dibuat dalam sebuah konten video. Sedangkan *supervisor* menentukan video apa yang akan dibuat dan merevisi beberapa hal penting yang dapat dimasukkan ke dalam video. Setelah itu *supervisor* juga dapat menentukan bahwa video tersebut layak untuk di *publish* atau tidak.

Tahap pertama dalam pekerjaan ini, penulis memberikan ide kepada *supervisor*. Hal tersebut dilakukan agar penulis dan *supervisor* dapat berdiskusi mengenai ide konten video yang nantinya akan dikerjakan oleh penulis untuk dapat di *publish* ke berbagai sosial media perusahaan. Tahap kedua, pencarian video DIY (Do It Yourself). Do it Yourself merupakan tindakan mendekorasi atau membangun

suatu produk yang dilakukan oleh diri sendiri (Nusa, 2020). Pencarian video DIY dilakukan sebagai acuan penulis untuk pembuatan konten yang sudah penulis diskusikan kepada *supervisor*. Penulis melakukan dengan cara memasukan beberapa kata kunci yang saling berkaitan dengan video yang akan dicari atau dibutuhkan. Tahap ketiga, *supervisor* melakukan pemilihan video DIY yang telah diberikan oleh penulis, hal ini perlu dilakukan untuk menjadi penilaian layak atau tidaknya video tersebut untuk ditayangkan. Tahap keempat, penulis mengunduh video yang telah ditentukan oleh *supervisor* dan melakukan *editing* dengan cara mempersingkat durasi video. Tahap kelima, setelah video tersebut selesai dikerjakan penulis memberikan kepada *supervisor* untuk dikoreksi agar dapat diunggah hasil video tersebut ke seluruh media sosial.

Selanjutnya, selama bekerja di PT. Robert Bosch Indonesia penulis juga melakukan pembuatan video *campaign* produk Bosch. Tahap pertama yang dilakukan dalam pembuatan video *campaign product* adalah *brainstorming* mengenai sudut pandang video produk serta alur video yang akan diambil berdasarkan apa yang telah didiskusikan. *Brainstorming* biasanya dilakukan untuk memaksimalkan konten informasi seputar produk yang akan diberikan. Setelah video selesai, video tersebut akan di edit untuk dikurangkan dan ditambahkan beberapa hal seperti, *backsound* dan *light effect*. *Brainstorming* juga akan diisi dengan diskusi mengenai peralatan yang akan digunakan dalam proses pembuatan video, tempat *footage* video akan diambil, serta waktu pengambilan video.

Tahap kedua setelah melakukan *brainstorming* yaitu mulai mengambil gambar video sesuai dengan alur dan ide konten yang telah ditentukan dan

dipersiapkan. Pada tahap ini seorang *videographer* akan dituntut untuk mengerti dalam pengambilan gambar yang sesuai. Pengambilan gambar video menghabiskan durasi paling lama dalam proses pembuatan *video campaign product* karena terdapat beberapa hambatan seperti pemilihan tempat/*background*, jam kerja, dan sulitnya mengatur jadwal orang yang terlibat dalam video.

Tahap ketiga ialah mengedit video. *Footage* atau gambar video yang sudah diambil selanjutnya akan dieliminasi sesuai dengan isi video yang dibutuhkan. Kumpulan *footage* yang sudah terpilih selanjutnya disatukan dan diedit berdasarkan hasil *brainstorming*. Pada tahap ini biasanya editor akan disupervisor oleh penanggung jawab agar video di edit dan menghasilkan *output* yang memuaskan. Setelah video selesai di edit, penanggung jawab akan menunjukkan hasil video tersebut kepada *supervisor* atau pihak yang terkait dalam pembuatan video dan direvisi oleh *supervisor*.

Tahap terakhir adalah pengunggahan video. Video yang telah di edit dan di revisi oleh *supervisor* selanjutnya di unggah ke *Youtube*. Sebelum video diunggah, penanggung jawab video juga mencari *caption* yang tepat untuk video tersebut. Setelah *caption* selesai dibuat, penanggung jawab dapat meminta saran kepada *supervisor* untuk merevisi *caption* sampai layak untuk dicantumkan pada video. Setelah video dan *caption* telah sesuai maka video tersebut dapat diunggah ke *platform* media sosial *Youtube* yang dimiliki oleh PT. Robert Bosch Indonesia.

3.3.2 Pengelolaan Media Sosial

Media sosial khususnya Facebook dan Instagram merupakan media penting bagi PT Robert Bosch untuk mencari tahu perkembangan dan memberikan *awareness* untuk masyarakat terhadap produk Bosch. Oleh karena itu mengelola media sosial tersebut menjadi pekerjaan tambahan yang sering penulis lakukan untuk menyebarkan informasi atau mengunggah *campaign product*. Saat ini PT. Robert Bosch Indonesia memanfaatkan tiga media sosial untuk menyebarkan informasi yaitu Instagram dengan *username* @boschptindonesia, Facebook dengan nama Bosch Professional Power Tools dan Aksesoris, dan Youtube dengan *username* Bosch Power Tools Indonesia. Informasi yang dipublikasikan pada media sosial meliputi *review* produk Bosch, dan beberapa kegiatan yang dilakukan oleh PT. Robert Bosch Indonesia.

Penulis dalam mengelola media sosial harus terlibat dalam proses pembuatan dan pengeditan foto dari *review* produk Bosch. Proses edit foto didiskusikan bersama dengan *Supervisor* yang nantinya menjadi *output* untuk diunggah sesuai dengan *template* yang digunakan pada media sosial PT. Robert Bosch Indonesia.

Langkah selanjutnya dalam mengelola media sosial ialah pembuatan *caption*. *Caption* yang dibuat oleh penulis harus didiskusikan oleh *Supervisor* sebelum diunggah ke media sosial. Hal tersebut dilakukan agar *caption* yang telah dibuat oleh penulis dapat dipertimbangkan dan mendapatkan persetujuan dari *Supervisor*.

Gambar 3.3.2 *Screenshot* foto dan *Caption* Instagram



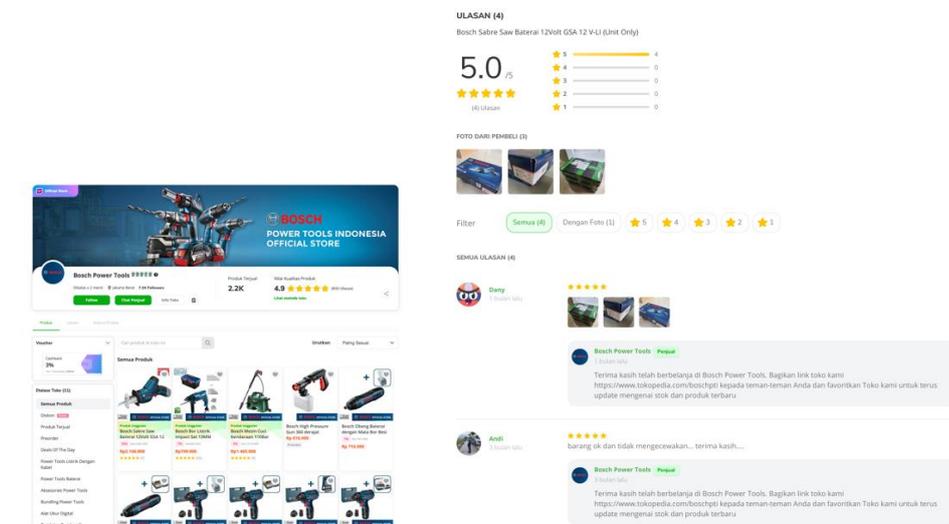
Sumber: Instagram @boschptindonesia

Menurut Dave Kerpen (2011) Media sosial adalah teks, gambar, video, dan kaitan secara daring yang dibagikan diantara orang-orang dan organisasi. Hal ini berkaitan dengan pekerjaan penulis lakukan yaitu dengan mengelola media sosial baik berupa teks, gambar dan video yang akan dibagikan secara daring ke pihak-pihak terkait. Melalui media sosial, penyebaran informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan PT. Robert Bosch Indonesia menjadi mudah dan menyeluruh baik ke pihak eksternal yaitu masyarakat maupun pihak internal organisasi.

3.3.3 Pengelolaan Toko online Tokopedia

Platform *Digital Marketing* Tokopedia merupakan media online penting yang digunakan oleh perusahaan. Memiliki toko online perusahaan pada suatu platform digital marketing merupakan upaya pemasaran yang dianggap efektif karena dapat menjangkau secara luas konsumen yang ada di seluruh Indonesia. Penulis melakukan pengecekan terhadap *reviews* yang dilakukan konsumen karena hal tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu riset akan efektivitas terhadap penjualan pada platform Tokopedia BoschPowerTools. Dalam mengelola hal ini, penulis melakukan pengecekan reviews dan tingkat pembelian masyarakat di Toko Online BoschPowerTools setelah itu hasil tersebut diberikan oleh supervisor yang nantinya akan dijadikan riset penjualan oleh perusahaan.

Gambar 3.3.3 Screenshot foto toko online Bosch di Tokopedia



Sumber: Tokopedia Bosch Power Tools

3.4 Kendala dalam Proses Kerja Magang

Pada saat melakukan praktik magang di PT. Robert Bosch Indonesia sebagai Content Marketer penulis menemukan beberapa kendala, yaitu:

3.4.1 Kendala yang Ditemukan

Kendala pertama yang penulis temukan adalah sulitnya menyatukan jadwal penulis dengan supervisor. Hal tersebut biasanya terjadi saat pembuatan Video. Untuk mempersiapkan video, penulis perlu melakukan *brainstorming* dengan supervisor tetapi seringkali jadwal supervisor yang tidak menentu membuat keterlambatan penulis dalam mengunggah video tersebut.

Kendala berikutnya yaitu tempat pembuatan video yang penulis gunakan seringkali terjadi bentrok jadwal pemakaian dengan para pegawai lainnya yang membutuhkan tempat tersebut untuk kepentingan lainnya. Hal tersebut juga menjadi salah satu penyebab keterlambatan penulis dalam mengunggah video tersebut.

3.4.2 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi dari kendala yang pertama yaitu penulis perlu mengetahui jadwal yang dimiliki oleh supervisor sehingga ketika supervisor memiliki waktu luang, penulis dapat segera bertemu dan melakukan *brainstorming* mengenai video tersebut.

Solusi atas kendala berikutnya yaitu penulis dapat memanfaatkan waktu diluar jam kerja untuk pembuatan video agar meminimalisasi terjadinya bentrok dengan pegawai lain yang ingin memanfaatkan tempat tersebut.