

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan praktik kerja magang di May May Salon pada divisi *Marketing Communication*. Divisi *Marketing Communication* adalah terletak dibawah naungan divisi *Business Development & Planning*. Pada divisi *Business Development & Planning* merupakan divisi dibawah naungan Ibu Inviolata. Peserta praktik magang berada di posisi *Marketing Communication* dengan pembimbing lapangan Angela Nathania selaku *Digital Marketing & Communication Manager* yang memberikan tugas kepada peserta praktik magang kerjakan dan mengawasi pekerjaan yang dilakukan oleh peserta praktik magang. Di bawah *Marketing Communication* masih terdapat beberapa divisi lainnya seperti *Digital Marketing, E-commerce, Photographer, Graphic Designer, dan Hotline*.

Selama melakukan praktik kerja magang divisi *Marketing Communication* selalu mengadakan rapat setiap minggunya. Rapat yang dilakukan biasanya dilakukan di hari Jumat dan membahas mengenai *plan* pekerjaan yang akan dilakukan selama seminggu ke depan serta memberikan *update* terbaru mengenai pekerjaan yang telah dilakukan selama seminggu. Di dalam rapat divisi *Marketing Communication* di terdapat Angela Nathania selaku pembimbing lapangan dan rapat dipimpin oleh Ibu Inviolata.

Dalam melakukan pekerjaan yang diberikan bersifat dinamis dan menantang bagi peserta praktik magang. Tidak hanya bekerja dengan sesama divisi saja melainkan melakukan *cross* divisi dengan divisi lain, tetapi peserta praktik magang masih tetap di dalam bimbingan divisi *Marketing Communication*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut ini merupakan uraian tugas yang dilakukan oleh peserta praktik magang selama menjalankan praktik magang di May May Salon sebagai *Marketing*

Communication beserta tabel pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja magang.

Tabel 3.1 Timeline Aktivitas

No	Jenis Pekerjaan	September				Oktober				November				Desember	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	
1	Sosial Media Marketing	Melakukan riset trend gaya rambut													
		Membuat konten Instagram May May Salon													
		Membuat caption dan mengunggah ke Instagram May May Salon													
2	Digital Marketing	Membuat konten pada Google Business May May Salon													
		Membuat caption dan mengunggah ke Google Business May May Salon													
		Membuat broadcast promosi untuk What' Up Business													
3	Media Production	Membuat Video TVC promosi May May Salon													
4	Special Event	Mengadakan launching New Services May May Salon													
		Melakukan Partnership dengan Mall													

Sumber : Dokumen Pribadi

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut ini merupakan uraian dari tugas-tugas yang di kerjakan pada saat peserta praktik magang melakukan praktik magang di May May Salon sebagai *Marketing Communication*. Terdapat berbagai macam tugas-tugas yang dikerjakan yaitu sebagai berikut :

3.3.1 Uraian Tugas yang Dilakukan

1) Social Media Marketing

Terdapat berbagai macam definisi dari media sosial salah satunya menurut Quesenberry (2018, p. 8) media sosial adalah tempat untuk menciptakan dan membagikan informasi serta gagasan secara leluasa.

Instagram merupakan bentuk dari media sosial yang kerap digunakan. Instagram adalah tempat untuk menciptakan dunia anda sendiri di dalam dunia. Instagram adalah sebuah wadah bagi orang-orang untuk dapat membagikan karya seni, memulai melakukan bisnis, dan bertemu dengan orang-orang di berbagai belahan dunia. Instagram memberikan

berbagai manfaat sebagai sarana untuk dapat berkomunikasi melalui internet dan secara *online*. Instagram memiliki fungsi untuk berbagi foto, video, mengirim pesan melalui direct message, serta memberi komentar dan tanda suka (Tezza, 2018, p. 16). Terdapat berbagai macam fitur pada Instagram yaitu dapat mengunggah foto dan video yang memungkinkan pengguna mengedit dan meningkatkan unggahan untuk daya tarik yang tinggi. Seperti yang dilakukan oleh May May Salon dengan menggunakan Instagram dengan mengunggah konten promosi pada Instagram *story* untuk menjadikannya sebagai daya tarik agar melakukan perawatan di May May Salon.

Maka perusahaan menggunakan *Social Media Marketing* untuk lebih mendalami dan terfokus pada kebutuhan pelanggan agar dapat membangun hubungan yang lebih efektif dan efisien. Gunelius (2011, h. 13) mengemukakan bahwa terdapat tujuan umum bagi pemasaran media sosial di antaranya yaitu:

a. Membangun hubungan

Dalam membangun hubungan diperlukan suatu hubungan dengan konsumen di mana dilakukan secara aktif. Maka hal yang dilakukan oleh May May Salon yaitu dengan membuat konten interaktif di Instagram *story* sehingga terjalinnya hubungan dengan konsumen.

b. Membangun merek

Agar dapat meningkatkan *brand awarness* dan loyalitas merek memerlukan media sosial sebagai salah satu cara. May May Salon membuat konten yang memang di khususkan untuk pasar dan target market mereka dengan menggunakan Instagram.

c. Promosi

Mengadakan promosi berupa diskon khusus agar membuka peluang bagi audiens untuk membuat orang-orang merasa di hargai dan merasa khusus, hal ini dibutuhkan untuk memenuhi tujuan jangka pendek. Yang dilakukan oleh May May Salon yaitu dengan mengadakan *flash sale* potongan harga voucher perawatan yang di jual oleh May May Salon. Selain melakukan

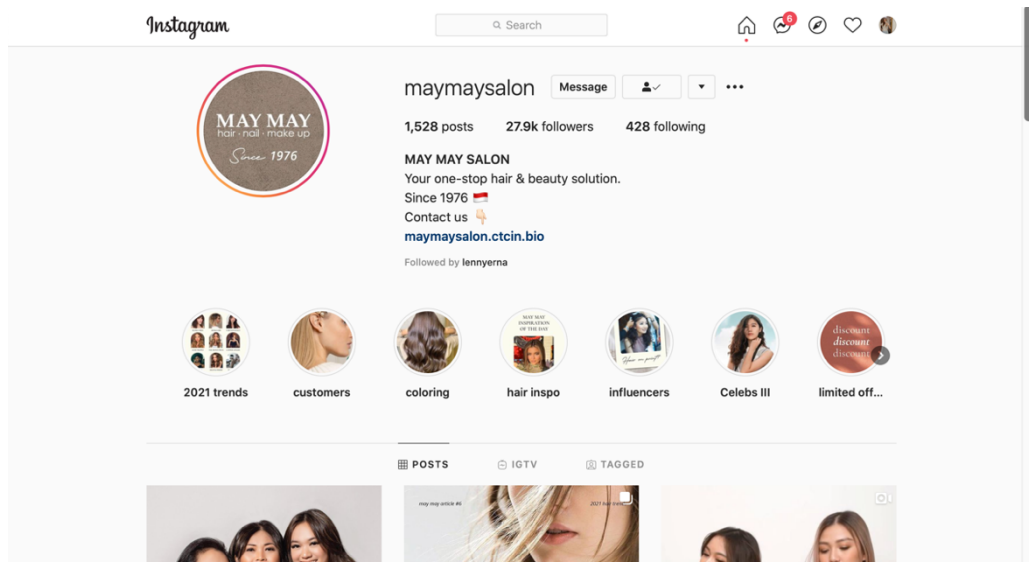
promosi berupa potongan harga dan *cashback* di setiap bulannya dengan promo yang berbeda beda.

d. Publisitas

Dengan menggunakan media sosial merupakan salah satu cara untuk dapat menyediakan *outlet* agar perusahaan dapat berbagi informasi kepada khalayak dan memodifikasi persepsi negatif. May May Salon melakukan publisitas dengan mere-*post* beberapa Instagram *story* pelanggan yang telah melakukan perawatan di May May Salon.

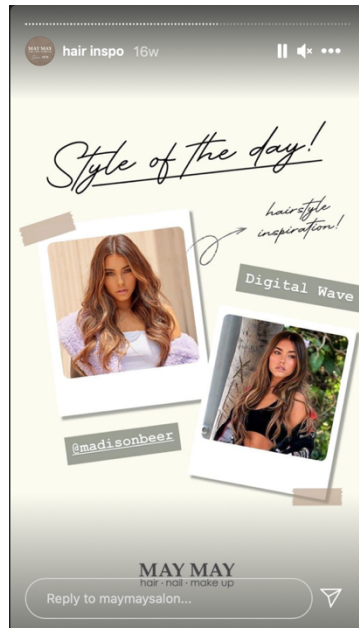
Tugas yang dilakukan oleh peserta praktik magang yaitu membuat konten untuk media sosial Instagram. Konten yang di buat adalah konten interaktif dan konten promosi yang diunggah kedalam Instagram *story* pada Instagram @maymaysalon yaitu berupa warna rambut, gaya rambut dan potongan rambut yang sedang populer di tahun 2020 sehingga dapat memberikan referensi kepada para pengguna Instagram untuk mengetahui bahwa treatment tersebut dapat dilakukan di May May Salon.

Gambar 3.1 Instagram May May Salon



Sumber : Instagram May May Salon

Gambar 3.2 Instagram Story Hair Inspo



Sumber : Instagram May May Salon

Gambar 3.3 Konten Video Promosi



Sumber : Dokumen Pribadi

Tidak hanya mencari konten untuk itu tetapi juga membuat konten video promosi 11.11 & 12.12 yang berupa promosi flash sale yang diadakan oleh May May Salon di Instagram selain itu peserta praktik magang juga membuat konten this or that sebagai salah satu konten yang bersifat interaktif untuk membangun kedekatan dengan followers Instagram May May Salon.

Dalam penerapannya yang dilakukan oleh perusahaan May May Salon yaitu membangun hubungan melalui media sosial seperti yang di kerjakan oleh peserta praktik magang yaitu membuat konten-konten pada Instagram sehingga dapat terjalinnya hubungan. Seperti yang di katakan oleh Gunelius (2011) bahwa menjalin hubungan dengan menggunakan media sosial dan dapat dilakukan dengan melakukan publisitas melalui media sosial. Pada penerapannya di dalam dunia kerja magang, peserta praktik magang lebih banyak membuat konten-konten dimana di butuhnya riset yang mendalam untuk menjadikan konten tersebut tepat pada sasarannya.

2) Digital Marketing

Digital marketing adalah pemasaran yang menggunakan platform yang ada di internet dalam melakukan kegiatan menjangkau para target konsumen, selain itu *digital marketing* bisa juga disebut sebagai pemasaran – i, *web marketing*, *online marketing*, atau *e – marketing* atau *e – commerce* adalah pemasaran produk atau jasa melalui internet (Hermawan, 2012, h. 206) maka dengan adanya pemasaran secara *online* membuat perusahaan harus mampu untuk menjangkau konsumen. Serta kemampuan konsumen dalam mengikuti arus *digital* yang sekarang ini merajalela. Maka dari itu sekarang ini perusahaan telah memulai untuk meninggalkan cara konvensional dan beralih menggunakan cara *modern*. *Digital Marketing* dianggap sebagai suatu bentuk inovasi yang mampu menghubungkan perusahaan dengan pelanggan dengan jangkauan yang cepat dan mudah di akses. Maka tidak dipungkiri lagi dengan kehadiran dari *Digital Marketing*

mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian secara *online*. Pembelian secara *online* dapat dilakukan dengan mudah melalui *platform* yang disediakan oleh perusahaan.

May May Salon juga menggunakan *Digital Marketing* sebagai salah satu cara untuk melakukan *Marketing Communication* dengan terdapatnya Website perusahaan dan Google Business. Dalam bukunya Kotler & Armstrong (2012, h. 508) terdapat banyak dari bisnis dunia saat ini melakukan melalui jaringan digital yang menghubungkan orang dan perusahaan. Internet, jaringan komputer publik yang luas, menghubungkan semua jenis pengguna di seluruh dunia satu sama lain dan gudang informasi yang luar biasa besar. Seperti yang dilakukan oleh May May salon saat ini yaitu dengan menggunakan website dan Google Business untuk memberikan informasi terbaru mengenai berbagai macam treatment terbaru, promosi, dan jam operasional serta identitas dari May May Salon. Kotler & Armstrong (2012, h. 513) bagi kebanyakan perusahaan, langkah pertama dalam melakukan pemasaran *online* adalah membuat situs web. Selain membuat situs web, pemasar harus merancang situs yang menarik dan menemukan cara agar konsumen mengunjungi situs tersebut, tetap berada di sekitar, dan sering kembali. Jenis yang paling dasar adalah situs Web korporat.

Dalam pembuatan konten memerlukan konten strategi yang baik yaitu konten yang memiliki sebuah nilai atau daya tarik bagi pembaca, sehingga dapat dinilai apakah konten tersebut 'layak' atau tidak. Berikut beberapa unsur konten yang dapat digunakan untuk *Digital Marketing* sehingga dapat layak dikonsumsi oleh publik agar mendapatkan *target audience* yang tepat, yaitu: (Simon Kingsnorth, 2017.p 232) :

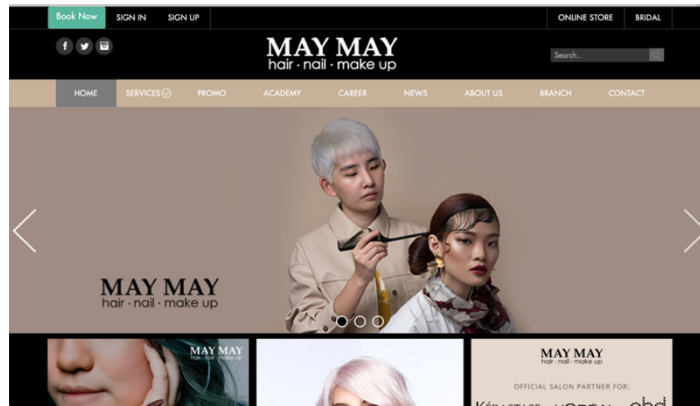
- Kredibel
- Dapat dibagikan
- Berguna
- Menarik
- Relevan

- Berbeda
- *On Brand*

Dalam penerapannya pekerjaan yang dilakukan oleh peserta praktik magang yaitu membuat konten untuk Google Business sebagai salah satu platform *Digital Marketing* yang berguna untuk memberikan update terbaru mengenai promo-promo yang ada di May May Salon dan mengunggah konten terbaru May May Salon dan membuat caption untuk konten pada Google Business. Website May May salon digunakan sebagai salah satu *company profile* perusahaan. Tugas yang peserta praktik magang lakukan adalah mengunggah konten-konten terbaru untuk di *update* di website. Membuat konten What's Up Business untuk dibagikan dan di sebar. Penggunaan media digital saat ini memerlukan strategi yang tepat dan menarik perhatian. Untuk mengetahui strategi yang tepat diperlukannya riset dan menggunakan media digital untuk mempromosikan barang maupun jasa pada perusahaan dan memerlukan konten yang layak untuk di konsumsi oleh publik (Simon Kingsnorth, 2017.p 232)

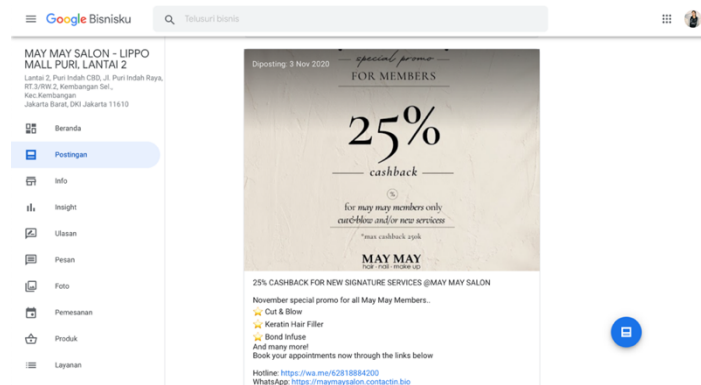
Maka memerlukan aspek-aspek diatas untuk menjadikan konten *Digital Marketing* dapat layak digunakan. Maka dalam penerapannya digunakan dalam pembuatan sebuah konten untuk mempromosikan pada media *online* sehingga dapat mewujudkan *Digital Marketing*. Konten yang telah dibuat dapat dibagikan melalui media *online* dan sebagai salah satu bentuk untuk dapat mewujudkan penggunaan media *online* seperti yang digunakan pada perusahaan May May Salon yaitu Google Business, Website, dan What's Up Business yang semuanya merupakan bagian dari *Digital Marketing*.

Gambar 3.4 Website May May Salon



Sumber : website May May Salon

Gambar 3.5 Konten Promosi



Sumber : Google Business May May Salon

3. Media Production

Pada saat melaksanakan praktik kerja magang sebagai *Marketing Communication*, peserta praktik magang di beri tugas untuk membuat konten video untuk dipasang pada TVC May May Salon. Tugas yang dilakukan yaitu membuat video promosi New Services Keratin Hair Filler dan Bond Infuse Treatment.

Untuk membuat produksi media dalam bentuk visual dibutuhkan beberapa tahapan untuk mendapatkan hasil produksi media yang maksimal. Dalam proses pembuatan konten video TVC May May Salon melakukan

beberapa ini Menurut Zettl (2011), tahapan pada produksi terbagi menjadi tiga, yaitu:

- Pra Produksi

Merupakan tahap awal dimana mempersiapkan detail dan aktivitas sebelum masuk ke studio atau lapangan. Pada tahap ini yang dilakukan pencarian konten dan mendesign menggunakan canva untuk membuat video TVC May May Salon.

- Produksi

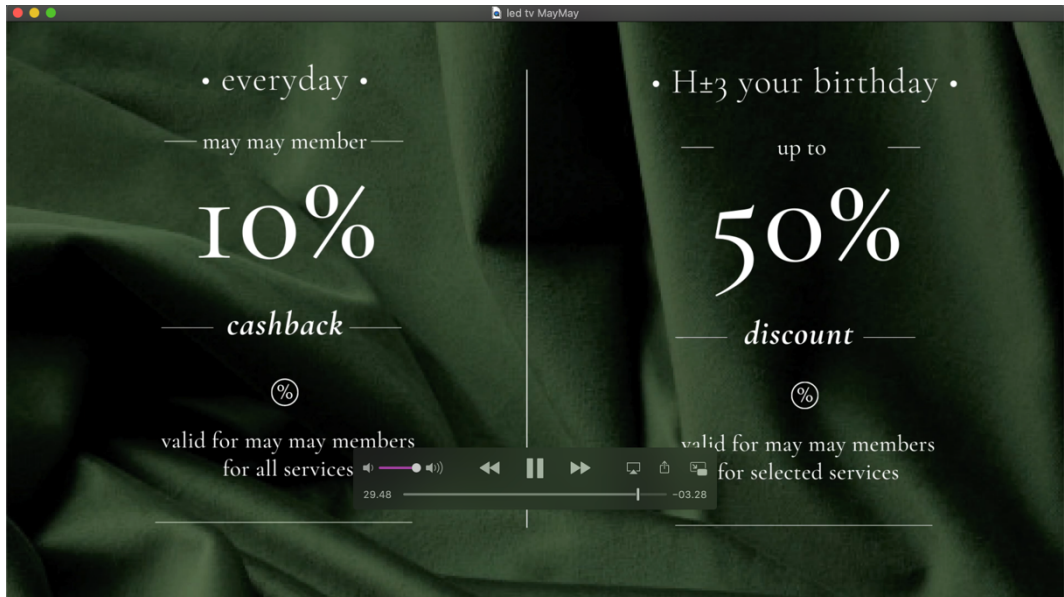
Di tahap ini merupakan tahap pengambilan gambar dan merekam suara dibutuhkan kerjasama dengan seluruh kru dan menggunakan peralatan yang telah di persiapkan ditempatkan di dalam studio atau lapangan. Dalam tahap ini yang dilakukan peserta praktik magang adalah menggabungkan beberapa konten yang ada ke dalam clip video.

- Pasca Produksi

Tahap akhir di mana mengedit video dengan menggabungkan clip-clip pada saat produksi. Dalam tahap ini di biasanya dilakukan perbaikan warna, perbaikan level suara dan penambahan efek-efek gambar dan suara dilakukan saat *editing*. Di tahap ini menggabungkan beberapa clip yang telah di dapatkan dan peserta praktik magang melakukan *editing* dengan menggabungkan video dan gambar menjadi satu dengan menggunakan *softwear* Imovie.

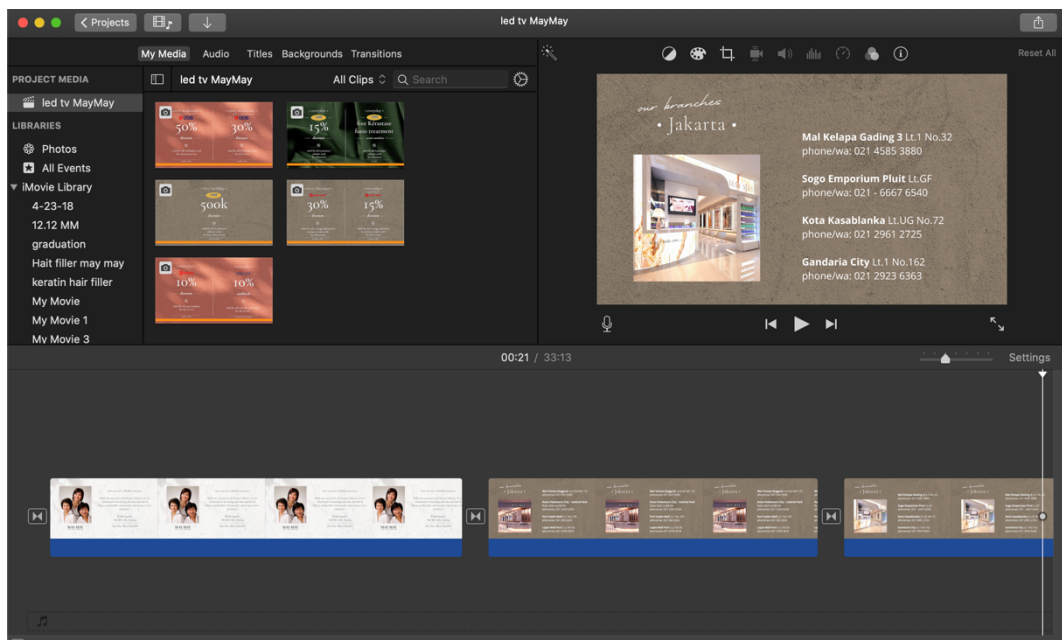
Diperlukan untuk melakukan riset agar mendapatkan *visual* yang sesuai dengan May May Salon. Maka di dalam proses pembuatan video TVC May May Salon yang lebih mendetail di dalam dunia kerja magang, peserta praktik magang dapat menggunakan konsep dari Zettl (2011) seperti melakukan tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi.

Gambar 3.6 Konten Promosi TVC May May Salon



Sumber : Dokumen Pribadi

Gambar 3.7 Proses Editing Menggunakan Software Imovie



Sumber : Dokumen Pribadi

4. Special Event

Launching New Services May May Salon yaitu Keratin Hair Filler dan Bond Infuse. Peran *Marketing Communication* dalam persiapan *launching* New Services Keratin Hair Filler dan Bond Infuse dimana pada setiap cabang May May Salon akan serempak untuk melakukan New Services pada tanggal 13 Oktober 2020.

Seperti yang dikatakan oleh Ruslan (2014, h. 231) bahwa kegiatan *special event* dari *Public Relations* tersebut diharapkan mampu memuaskan pihak-pihak lain yang terlibat atau terkait untuk berperan-serta dalam suatu kesempatan pada acara khusus, baik untuk meningkatkan pengetahuan, pengenalan, maupun upaya pemenuhan selera dan menarik simpati atau empati.

Event Marketing menurut Kotler & Armstrong (2012, h. 486) mengatakan bahwa membuat acara pemasaran merek atau berfungsi sebagai salah satu alat untuk mempromosikan apa lagi bila perusahaan sedang berada di masa sulit. Divisi *Marketing Communication* di dalam dunia kerja magang ini terdapat beberapa tahap yang dilakukan mulai dari persiapan membuat konten untuk New Services Keratin Hair Filler dan Bond Infuse hingga tahap penyebaran promo dan partnership yang dilakukan oleh *Marketing Communication* May May Salon.

Setelah melakukan *launching* New Services Keratin Hair Filler dan Bond Infuse, *Marketing Communication* melakukan partnership yang merupakan elemen dari *Marketing Communication Mix* dengan partnership yang dilakukan ke sebelas mall yang terdapat cabang May May Salon di dalamnya. Partnership yang dilakukan yaitu dengan memberikan materi-materi yang berupa promosi terkait dengan *launching* New Services Keratin Hair Filler dan Bond Infuse yang dilakukan melalui media sosial mall. Cabang-cabang May May Salon yang terdapat di mall yaitu Mall Taman Anggrek, Lippo Mall Puri, Puri Indah, Mall Kelapa Gading, Kota

Kasablanka, Emporium Pluit, Gandaria City, Summarecon Mall Serpong, Supermall Karawaci, Tunjungan Plaza 6, Pakuwon Mall.

Peserta praktik magang selalu memberikan *update* mengenai partnership ini yaitu dengan menyusun data mengenai mall-mall yang telah mengupdate konten promosi yang telah di berikan oleh peserta praktik magang. Alurnya yaitu peserta praktik magang mendapatkan konten promosi dari pembimbing lapangan kemudian mengapproach mall mengenai syarat-syarat yang dibutuhkan, lalu menyerahkan materi promosi kepada mall untuk di unggah di media sosial mall tersebut, dan kemudian peserta praktik magang mendata mall mana saja yang telah melah mengunggah konten yang diberikan oleh peserta praktik magang. Hal terakhir yang dilakukan yaitu memberikan list mall yang telah mengunggah konten promosi yang diberikan dan memberikan update terbaru di grup What's Up media sosial May May Salon.

Gambar 3.8 List Mall Yang Telah Mengunggah Konten New Services

NO	NAMA CABANG/ MALL	CONTACT PERSON	HP	EMAIL	PROMO KIT	SOCIAL MEDIA	PROGRESS CHECK- dikirim tanggal berapa
5	MALI TAMAN ANGEREK		0857-7536-2660	wa seri		Bisa kirim foto image atau target bisnis dan wording ya di front. Kalau itu they better, bisa mention mall dan contact dikirih by wa	done
9	MIDI INDIAN MALL	Ibu Yulky	0877-8238-5314	www.indianmall.com		format jpg, foto 1 : 1 - 3 materi post, 3 foto artikel promo di email, di post 2 hari setelah materi dikirihkan, beserta caption (hashtack dan tag)	done
11	LEPPU MALL PUSI	Pia Timothe	0811-141-541	timothia.kasih@leppu.com		facebook, twitter, whatsapp	done
13	SUMARECON MALL KELAPA GADING	Ibu Novia	0877-8886-7900	ibn.novia_rykhirin@sumarecon.com		meningkatkan email mengenai brief informasi yang akan disampaikan, caption, beserta soft copy media, minimal 5-7 HARI sebelum tanggal promosi tersebut, menyertakan caption brief blaring atau brief blaring (ig, facebook, twitter)	done
14	EMPIRE SUPERMALL PLUIT	Ibu denza	0838-4933-5268			ig story dan feed no tagg materi	done
17	KOTA KASABLANKA	Ibu Nana	0812-5090-240	wa seri		ig feed (slide 1 foto atau image, slide 2 bg promosi). Blah lain blaring, siap flyer juga ya	done
19	GANDARIA CITY	Arief	0811-9951-902	wa seri		ig story dan feed heheh cantumkan hashtag dan lokasi dengan plus	done
21	SUPERMALL KARAWACI	ayin	0813-1668-9881	email seri		ig story dan feed heheh cantumkan hashtag dan lokasi dengan plus	done
23	SUMARECON MALL SERPONG	Ibu Lona	0856-7930-170	wa seri	LED & Digital Poster -> MP4, pdf full screen TV, Glass LED, Digital Poster	Instagram 900x900 pixel (feed) dan 1080x1920 pixel (IG story)	done
24	GALDING SERPONG - ONEPI BILU DINDING						
26	TUNJUNGAN PLAZA 6	Ibu amanda	0811-5494-300	ppromosi@gmail.com amanda.kitaur@pakuwon.com		900x900 pixel (feed) dan 1080x1920 pixel (IG story)	done
						FEED size 1080x1080 Ya gmn menggunakan Foto Produk, Poster Promo, dan Caption dengan	

Sumber : Dokumen Pribadi

Gambar 3.9 Mall Yang Telah Mengunggah Konten New Service



Sumber : Instagram @Maltamanangrek

3.4 Kendala dan Solusi

3.4.1 Kendala

Selama melakukan praktik kerja magang di perusahaan May May Salon terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh peserta praktik magang. Kendala yang dihadapi yaitu pada saat mencari konten-konten untuk Instagram karena untuk mencari konten diperlukan hal-hal yang terbaru mengenai trend rambut yang sedang populer dan peserta praktik magang harus selalu terus mencari hal-hal baru berkaitan dengan trend rambut yang sedang banyak digemari oleh masyarakat. Jadi membuat peserta praktik magang harus selalu mencari sumber yang valid dan relevan untuk di jadikan referensi konten Instagram.

Selama melakukan praktik kerja magang sebagai Marketing Communication pada pekerjaan lintas divisi kepada divisi lain peserta praktik magang sedikit merasa kesulitan dikarenakan hanya dapat menghubungi lewat chat saja.

3.4.2 Solusi

Setelah menemukan beberapa kendala pada saat bekerja dalam divisi *Marketing Communication* di May May Salon membuat peserta praktik magang harus selalu mengetahui hal-hal yang baru, baik gaya rambut, warna rambut, dan perawatan pada rambut. Hal ini membuat peserta praktik magang menjadi tau akan hal-hal baru yang sedang populer dan menumbuhkan rasa ingin tau yang tinggi untuk selalu mengetahui hal baru yang sedang populer saat ini. Sehingga tidak lagi di temukan kesulitan pada saat membuat konten-konten pada media sosial May May Salon. Sebaiknya perlu untuk pendampingan jika adanya pekerjaan lintas divisi lebih di dampingi lagi agar peserta praktik magang dapat lebih jelas dan mengerti sehingga pekerjaan yang dilakukan akan lebih maksimal.