Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama pelaksanaan program kerja magang di PT. Komunika Lintas Maya (SociaBuzz) Divisi *Marketing and Campaign*, khususnya *Community Development* bertugas untuk mengelola para *talent creative* yang ada di *platform* SociaBuzz. Dalam pelaksanaan tugas magang, Tofano Kristanto selaku pembimbing lapangan yang merupakan *Head Of Marketing and Campaign Executive* di perusahaan tersebut. Selama periode program magang, Tofano Kristanto membimbing dalam penerapan kegiatan *marketing communication* seperti memberikan edukasi mengenai *product knowledge*, memberi contoh bagaimana caranya melakukan negosiasi dengan *talent management* agar *talent* tersebut bersedia bergabung dengan *platform* SociaBuzz, memberikan pengetahuan mengenai cara kerja sebuah kampanye dalam perusahaan serta cara meng*handle* klien serta *KOL* yang tergabung dalam kampanye tersebut, dan segala kegiatan yang berhubungan dengan tugas sebagai *marketing communication*, termasuk mengevaluasi dan memberikan saran-saran.

Tim *campaign executive* selalu berkoodirnasi dengan klien untuk menjalankan kampanye, berbagai macam pekerjaan yang dilakukan dalam membantu divisi *campaign executive* di SociaBuzz seperti membuat *list KOL* untuk disarankan pada klien sesuai dengan kebutuhan klien, menghubungi dan menjalin hubungan baik secara langsung dengan *KOL*, memberikan konten *KOL* kepada klien untuk proses *approval*, menghadiri beberapa *event* untuk mengawasi *KOL* selama *event* berlangsung, membuat *report* hasil *posting*an, menganalisis dan mengevaluasi hasil kampanye. Selain divisi kampanye, peserta magang tergabung dengan divisi *community development* yang melakukan koordinasi dengan tim *product* dan *IT* dalam mengelola *account talent creative* yang ada pada *platform*. Tugas dalam Divisi *Community Development* seperti melakukan pencarian data *talent creative* pada beberapa kategori, melakukan *kurasi profile talent creative* pada *platform* SociaBuzz, mengajak *talent* dan melakukan

pertemuan dengan klien untuk menawarkan kerjasama fitur-fitur yang ada di SociaBuzz, melakukan evaluasi dengan melihat *insight* yang diberikan oleh Klien saat proses penawaran kerjasama.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam pelaksaan program kerja magang yang dilakukan selama 67 hari ini, kegiatan praktik kerja magang di PT.Komunika Lintas Maya (SociaBuzz) dengan tugas sebagai *Marketing and Campaign* . Pekerjaan yang dilakukan secara keseluruhan selama 67 hari di SociaBuzz terangkum dalam tabel berikut.

TABEL 3.1 PEKERJAAN MAGANG DI SOCIABUZZ

Minggu ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
1	- *Briefing job description* - Mempelajari PPT *prosedur job description* - *Trial Listing* MC Jakarta - *Pre Listing Influencer/Creator* - *Curation Profile* MC Jakarta - *Curation Profile Beauty Look/Expert* - *Curation Profile Influencer/Creator* - *Brainstroming* dengan CEO, Supervisi dan team *community development* terkait kategori *platform*
2	- *Pre Listing* MC, *Spesific* Info, m8management - *Curation Influencer Beauty* - *List* Selebgram hijab Indonesia - *List contact KOL* - Menghubungi beberapa artis untuk bekerjasama dengan fitur video ucapan - Membuat denah tempat duduk artis dan undangan *event grand launching* smartfren e-sim - Melakukan *Followup talent management*

3	- *Pre Listing* MC Sukabumi, Pekanbaru, Kediri - *Curation Profile Influencer* - Menghubungi beberapa artis untuk bekerjasama dengan fitur video ucapan - Melakukan *Followup talent management* - *Meeting* dengan CEO, supervisi, dan *team community development* terkait dengan pembaruan kategori *influencer/creator*, fitur video ucapan - *Brainstorming* proposal talent video ucapan dengan supervisi
4	- Menghubungi beberapa artis untuk bekerjasama dengan fitur video ucapan - Melakukan *Followup talent management* - Meeting dengan divisi *talent accuration* terkait fitur video ucapan - Meeting dengan divisi *campaign executive* terkait *Campaign* Smartfren "Wow *Concert*" - Menghubungi *KOL management* terkait draft campaign
5	- Menghubungi beberapa artis untuk bekerjasama dengan fitur video ucapan - Melakukan *Followup talent management* - Menghubungi *KOL management* terkait *draft campaign* - *Meeting* dengan divisi *Community Development* terkait *platform* - *Meeting* dengan *manager* Faldo terkait penawaran kerjasama fitur video ucapan - Menghadiri *event grand launching e-sim* smartfren wow

6	- Menghubungi beberapa artis untuk bekerjasama dengan fitur video ucapan - Melakukan *Followup talent management* - Menghubungi *KOL management* terkait *draft campaign* - Membuat laporan campaign *event grand launching e-sim* smartfren wow - Menghitung *engagement rate KOL* - *Meeting* dengan divisi *campaign executive* terkait *campaign* Smartfren wow *concert* - Mengurus berkas terkait *event* Smartfren wow *concert* - Gladi Resik *event* Smartfren wow *concert* • Menentukan denah tempat duduk KOL • Menentukan *meeting point* pengambilan *wristband* • Menentukan *flow KOL* saat berada di *lounge* • Melakukan pengecekkan ulang terkait *caption* dan konten *KOL* • Menentukan *spot* terkait pengambil konten yang dilakukan *KOL* • *Meeting* dengan Tim *Vendor Management* • *Meeting* dengan Tim *Digital Activation* Smartfren Wow *Concert* • *Meeting* dengan seluruh Tim terkait Smartfren Wow *Concert*

7	- Menghubungi beberapa artis untuk bekerjasama dengan fitur video ucapan - Melakukan *Followup talent management* - Menghubungi *KOL management* terkait *draft campaign* - Meeting dengan manager mas Ayu terkait penawaran kerjasama fitur video ucapan - Membuat *reporting draft* konten Smartfren wow *concert* - Membuat *reporting insight KOL* - Melakukan *update draft status KOL*
8	- Menghubungi beberapa artis untuk bekerjasama dengan fitur video ucapan - Melakukan *Followup talent management* - Menghubungi *KOL management* terkait *draft campaign* - *Event* Smartfren wow *concert* • Memastikan *KOL* hadir dan pulang tepat waktu • Menghubungi *KOL* terkait kebutuhan konten • Membagikan *wristband* kepada *KOL VVIP* • Memastikan konten postingan *KOL* sesuai dengan *guide line event* smartfren wow *concert* • *Monitoring* bukti tayang konten *KOL*
9	- Menghubungi beberapa artis untuk bekerjasama dengan fitur video ucapan - Melakukan *Followup talent management* - Membuat *Reporting campaign* smartfren wow *concert* • *Report draft* bukti tayang *KOL* • *Report Insight KOL* • *Report Engagement Rate KOL* • *Report Swipe Up Rate KOL*

	- *Curation Profile MUA* - Melakukan Revisi *Report KOL*
10	- Menghubungi beberapa artis untuk bekerjasama dengan fitur video ucapan - Melakukan *Followup talent management* - *Curation Profile Influencer, MUA* - *Reporting Campaign* smartfren wow *concert* • *Report Followers KOL* • *Report Engagement Rate KOL* • *Report Swipe Up Rate KOL* - *Meeting* dengan divisi *campaign executive* terkait *campaign* smartfren wow *phase II* - Menghubungi *management KOL* terkait *draft campaign*
11	- Menghubungi beberapa artis untuk bekerjasama dengan fitur video ucapan - Melakukan *Followup talent management* - Menghubungi *KOL management* terkait *draft campaign* • Memberi informasi nama-nama *KOL* • Memberi *Guide Line* konten • Memberi *SOW campaign* - Menjalankan *campaign* Smartfren wow *phase II*
12	- Melakukan *Briefing* terkait fitur o*utreach* pada *platform* - *Outreach MUA* - *Curation Profile MUA* - Menghubungi *KOL management* terkait *draft campaign* smartfren *phase II*

13	- *Outreach MUA* - *Curation Profile MUA* - Menghubungi *management KOL* terkait *draft campaign* smartfren *phase II*
14	- *Outreach MUA* - *Curation Profile MUA* - Menghubungi *management KOL* terkait *draft campaign* smartfren *phase II* - *Meeting* dengan *CEO* dan supervisi terkait *talent creative* kategori MUA
15	- *Outreach MUA* - *Curation Profile MUA* - Menghubungi *management KOL* terkait *draft campaign* smartfren *phase II* - Membuat *reporting campaign* smartfren *phase II* • *Report draft* bukti tayang *KOL* • *Report Insight KOL* • *Report Engagement Rate KOL* • *Report Swipe Up Rate KOL*
16	- *Outreach MUA* - *Curation MUA* - *Meeting* dengan divisi *campaign executive* terkait *campaign Fitbar* - Mencari *List KOL* untuk *campaign Fitbar*
17	- *Outreach MUA*

	- *Curation MUA* - *Final Report*

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

3.3.2 *Marketing Communications*

Kotler dan Keller (2012, p.498) berpendapat bahwa komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.

Menurut Kennedy dan Soemanagara (2006, p.5) *Marketing communications* juga dapat di definisikan sebagai kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak agar tujuan perusahaan tercapai, yaitu terjadinya peningkatan pendapatan atas penggunaan jasa atau pembelian produk yang ditawarkan. Sama seperti penjelasan menurut para ahli, perusahaan PT. Komunika Lintas Maya (SociaBuzz) menerapkan penggunaan *marketing communication*s yang disesuaikan dengan tujuan tertentu yaitu meningkatkan pendapatan atas penggunaan jasa yang ditawarkan oleh pihak SociaBuzz.

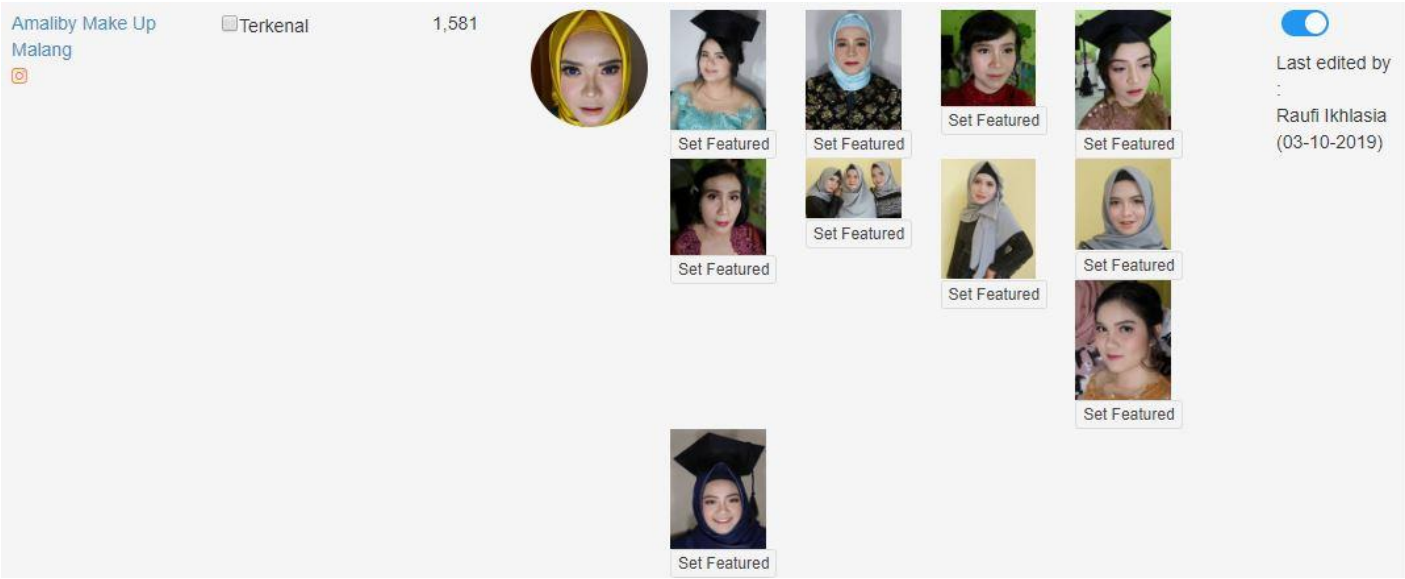
Dalam penerapan *marketing communications* ini, penulis mulai melakukan kegiatan *listing* dengan mendaftarkan nama-nama *talent creative* yang akan diajak kerjasama untuk bergabung bersama *platform* sociabuzz. Setelah proses pencarian daftar nama-nama *talent creative* dilakukan penulis akan menghubungi *talent creative* tersebut untuk diberikan penawaran kerjasama dengan pihak sociabuzz, jika *talent* tersebut bersedia untuk bergabung dengan *platform* sociabuzz penulis akan membuat *profile talent* tersebut untuk selanjutnya digunakan sebagai sarana penerimaan kerjaan dengan klien. Tidak hanya menghubungi melalui *whatsapp* atau *email* penulis juga

mengadakan *meeting* dengan beberapa *talent management* untuk menjelaskan secara lebih detail tentang proses kerjasama yang ditawarkan kepada talent tersebut.

TABEL 3.2 Nama-nama *talent creative*

No	***Username IG***	***URL IG***	***URL SociaBuzz***
1	Handy_irawan	https://www.instagram.com/handy_irawann/	https://sociabuzz.com/handy_irawann
2	jessclaa	https://www.instagram.com/jessclaa/	https://sociabuzz.com/jessclaa
3	Carina.maeee	https://www.instagram.com/carina.maee/	https://sociabuzz.com/carinamae
4	aangiran	https://www.instagram.com/aangiran/	https://sociabuzz.com/aangiran
5	jayawisyena	https://www.instagram.com/jayawisyena/	https://sociabuzz.com/jayawisyena

Gambar 3.2 *Curation Profile talent creative*



3.3.2 *Marketing Communication Campaign*

Selama melakukan kerja praktik magang di Sociabuzz terdapat tahapan-tahapan kampanye yang di kerjakan dari awal hingga akhir, yaitu :

1. Melakukan *listing* nama *KOL* yang sesuai dengan *brief client*

Gambar 3.3 *Proses pencarian daftar nama KOL*

NO	NAME		FOLLOWER	ER	TITLE
			TIER 1 (> 1M)		
1	Adipati Dolken	adipati	2,200,745	9.56%	Artist
2	Amanda Rowles	amandarowles	2,115,294	5.94%	Artist
3	Anya Geraldine	anyageraldine	1,654,706	3.62%	Selebgram
4	Arief Muhammad	ariefmuhammad	1,412,734	5.60%	Content Creator
5	Brisia Jodie Maurinn	brisiajodie96	4,151,759	4.69%	Singer
6	Caitlin Halderman	caitlinhalderman	1,121,038	10.43%	Artist
7	Cut Beby Tshabina	bebytsabina	4,096,018	3.02%	Artist
8	Devano Danendra	devdanendra	2,684,234	5.09%	Artist
9	Enzy Storia	enzystoria	1,772,959	1.40%	Artist
10	Febby Rastanti	febbyrastanti	4,519,819	1.03%	Artist
11	Gabriella Larasati	gabriellalarasati	1,053,055	1.85%	Selebgram
12	Gading Marten	gadiiing	11,258,148	0.88%	Artist
13	Gisella Anastasia	gisel_la	20,149,072	0.47%	Artist
14	Jefri Nichol	jefrinichol	3,235,521	8.45%	Artist
15	Jessica Mila	jscmila	13,382,610	0.46%	Artist

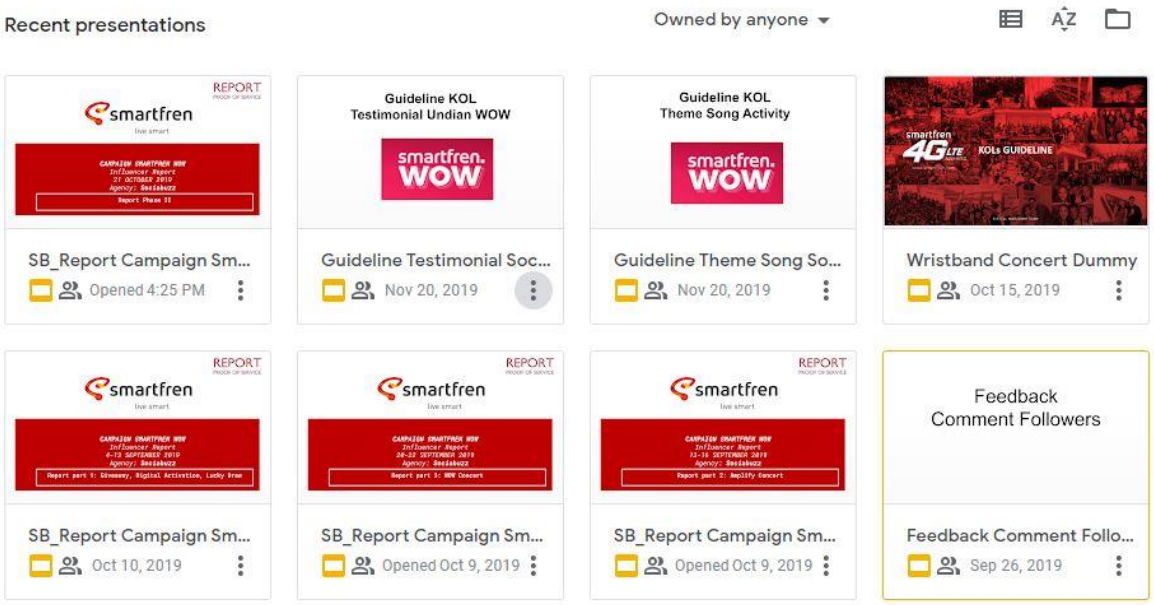
2. Setelah melakukan proses pencarian daftar nama *KOL* yang sesuai dengan *brief client*, langkah berikutnya adalah memberikan daftar nama tersebut kepada *client* untuk disetujui. Ketika *client* setuju dengan daftar nama yang diberikan tahap selanjutnya adalah menghubungi *KOL management* untuk proses kerjasama *campaign* tersebut.

3. Setelah proses kerjasama disetuju oleh semua pihak, *KOL management* menerima *brief* produk dan materi yang akan dipromosikan untuk dapat dipahami, setelah itu *KOL management* akan menerima *timeline* serta *guide line* konten postingan.

TABEL 3.3 *Timeline Posting* Konten *KOL*

No	Nama KOL	*Followers*	*Category*	4	5	6	URL
1	Adhyra Yudhi	21.318	Selebgram	FS		FS	http:/bit.ly/adhyradigitalactivity
2	Alex Tan	14.109	Selebgram		FS		http:/bit.ly/alextanluckydraw
3	Almiranti Fira	91.444	Selebgram		FS		http:/bit.ly/almirantiluckydraw
4	Andri Mashadi	59.837	Selebgram	FS			http:/bit.ly/andrimashadiluckydraw
5	Finda Andrian	84.756	Selebgram	FS		FS	http:/bit.ly/findaandriandigitalactivity

Gambar 3.5 *Guide Line* Konten *KOL*



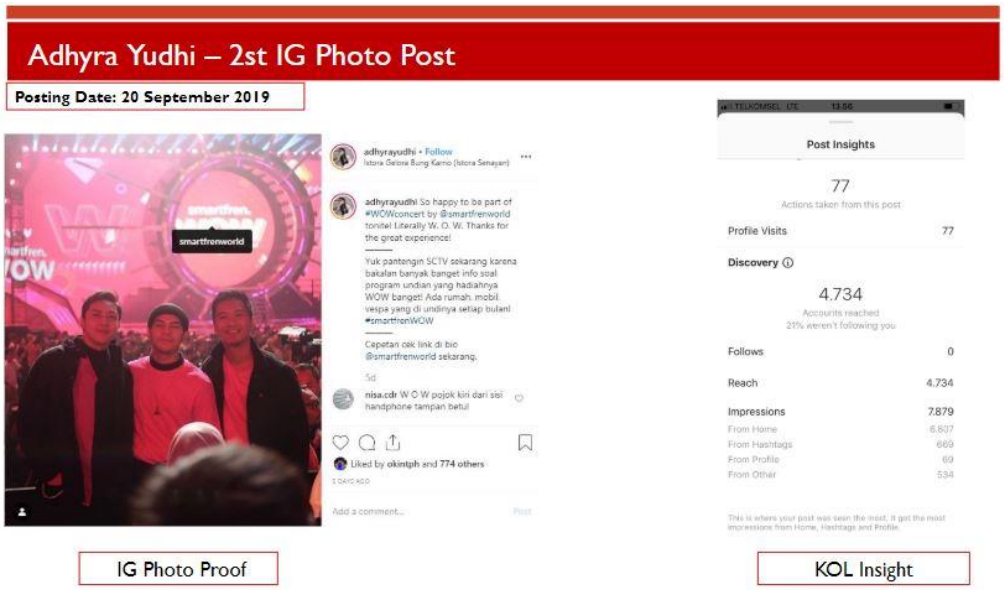
4. Sebelum *KOL* mem*post*ing konten, penulis bertugas untuk meng*upload* konten tersebut ke *draft approval client* untuk memastikan bahwa konten yang di*post*ing sesuai dengan *brief.*

5. Setelah *client* menyetujui konten tersebut, peserta magang akan memberi info kepada *KOL management* agar dapat mem*post*ing konten tersebut.

Gambar 3.7 Konten *Postingan KOL*

6. Setelah *KOL* menyelesaikan *campaign*, peserta magang membuat *report* untuk melihat *insight* yang dihasilkan oleh *KOL* tersebut sebagai bahan analisa dan evaluasi *client* pada *campaign* selanjutnya.

Gambar 3.8 *Report Campaign KOL*



Menurut Rd. Soemanagara (2012, p. 140) tujuan penyampaian pesan pada strategi kampanye dalam komunikasi pemasaran adalah untuk memberikan informasi mengenai *new perfomance, new service, new product,* dan *new benefit,* dengan penyampaian informasi tersebut diharapkan dapat mengubah pengetahuan dan refrensi publik terhadap produk dan perusahaan.

Campaign strategy merupakan sebuah fokus kegiatan komunikasi pemasaran secara khusus dengan tujuan untuk menggiring opini publik kepada sebuah opini yang menguntungkan perusahaan sendiri. Rd Soemanagara (2012, p.140)

Berdasarkan pemaparan Rd. Soemanagara mengenai tujuan penyampaian sebuah *campaign* yang sudah dipaparkan diatas, kegiatan *campaign* yang dilakukan SociaBuzz ini memiliki tujuan yang sama yaitu memberikan informasi mengenai *new perfomance, new service, new product, dan new benefit* dengan harapan dapat merubah pengetahuan dan refrensi publik terhadap produk dan perusahaan *melalui key opinion leader.*

3.4 Kendala Pelaksanaan Kerja Magang

Selama melaksanakan program kerja magang di PT. Komunika Lintas Maya ada beberapa kendala yang dialami seperti pada *platform* halaman *search video* ucapan yang masih terlihat berantakan dan kurang enak dipandang oleh mata karena *profile* yang ditampilkan pada *platform* tidak sama, beberapa *profile* ada yang dicantumkan harganya dan komentar dari konsumen tetapi ada beberapa yang tidak. Selain itu pada *talent creative* kategori *MUA* terlalu banyak kategori jasa *make up* yang disediakan sehingga terlihat terlalu menumpuk dan kategori yang digunakan tidak mengikuti istilah yang sering digunakan oleh para *MUA*.

Saat menjalani kampanye kendala yang ditemukan kurangnya informasi secara detail dari pihak klien terhadap kampanye yang sedang berjalan, contohnya *guide line* yang akan digunakan oleh *KOL* untuk membuat sebuah konten kampanye. Pada saat *event* berlangsung pihak-pihak yang terkait dalam *event* tersebut kurang memberikan *briefing* yang jelas terkait kegiatan yang akan *KOL* lakukan dan ingin dituju saat *event*

tersebut, sehingga pada saat *event* berlangsung ada beberapa *KOL* yang tidak sesuai dengan *brief* yang diajukan karena adanya perubahan secara terus menerus dari pihak klien.

3.5 Solusi yang Dilakukan

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi, maka solusi yang dilakukan adalah dengan memperbaiki tampilan *profile video* ucapan dengan menghilangkan *rate card* dari *talent* tersebut, dan membuat urutan *profile* sesuai dengan *talent* yang sering mendapatkan *job* pada *platform* SociaBuzz ini bertujuan agar memudahkan *client* untuk melihat *talent* dari yang paling sering menerima *job* hingga belum pernah menerima *job*. Kategori *MUA* diganti dengan istilah-istilah umum dan lebih spesifik agar memudahkan klien dalam melihat jasa yang disediakan *MUA* tersebut, contohnya *Make up* Adat, Pesta/Acara, Karakter, Wisuda dan sebagainya.

Saat kampanye berlangsung sebaiknya tim kampanye SociaBuzz mengadakan *meeting* beberapa kali dengan pihak klien yang terkait dengan kampanye tersebut agar tidak terjadi kesalahan informasi, selain itu pihak klien dan SociaBuzz harus membuat kesepakatan jelas bagaimana *flow campaign* akan berjalan agar tidak ada perubahan-perubahan tak terduga yang terjadi mendekati jalannya kampanye.