



### **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

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

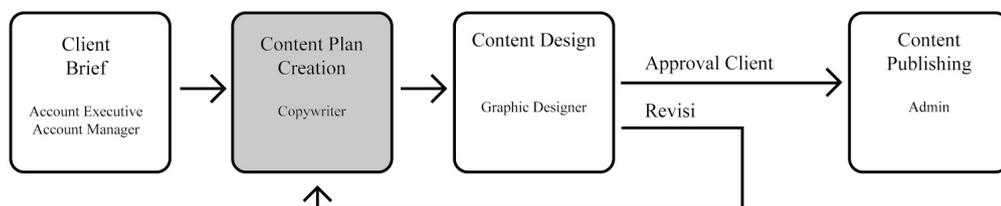
#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Selama praktik kerja magang di Sabda Creative, penulis berperan sebagai *copywriter*. Dalam pekerjaan sehari-hari, penulis bekerjasama dengan rekan sesama bidang *copywriter* serta berbagai rekan dari bidang lain, yaitu *graphic designer* dan *account manager*.

##### 1. Kedudukan

Selama masa praktik kerja magang di Sabda Creative, penulis bekerja sebagai *copywriter* dalam tim Digital Campaign & Digital Activities. Selain itu, penulis sedikit membantu pengerjaan video motion graphic untuk berbagai klien tim Digital Campaign & Digital Activities.

##### 2. Koordinasi



Gambar 3.3.1.1 Proses pengerjaan proyek di tim *Digital Campaign & Digital Activities*

Pada awalnya, *Account Executive* atau *Account Manager* akan memberikan *brief* tentang kebutuhan klien berikut dengan informasi produk dan karakteristik *brand* tersebut. Selanjutnya, untuk klien yang membutuhkan konten media sosial, penulis akan membuat draf *Content Plan*, yaitu penjadwalan konten media sosial, berikut dengan visual yang penulis inginkan dan *copywriting* pada visual dan *caption*. Setelah draft *Content Plan* tersebut disetujui oleh *copywriter* senior, Konten yang penulis ciptakan akan dieksekusi menjadi desain oleh *graphic designer*, selanjutnya akan dikirimkan kepada klien untuk ditinjau melalui

*account executive*. Apabila terdapat revisi, penulis akan mengubah kembali draft *Content Plan* tersebut, kemudian *graphic designer* juga akan memperbaharui desainnya. Siklus kerja ini nantinya akan diulangi untuk setiap klien.

Pada akhir bulan, penulis akan menciptakan *Performance Report* atau rekap dari hasil *posting* media sosial. *Performance Report* ini nantinya akan ditinjau kembali oleh klien untuk melihat perkembangan media sosialnya. Penulis serta tim *Digital Campaign & Digital Activities* akan memaksimalkan tinjauan tersebut sebagai parameter untuk konten pada bulan berikutnya.

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis per minggu selama masa kerja magang di Sabda Creative.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 (31 Agt - 6 Sept 2020)	Media sosial Gery Philippines, Lee Kum Kee Indonesia & Teh Celup Sosro	Membuat konten video <i>motion graphic</i> untuk Teh Celup Sosro & Lee Kum Kee Indonesia  Membuat <i>copywriting</i> untuk media sosial Interskill  Membuat <i>performance report</i> untuk Gery Philippines & Lee Kum Kee Indonesia
2	2 (7-13 Sept 2020)	Media sosial Gery Philippines, Lee Kum Kee Indonesia & Teh Celup Sosro  Campaign BukaPintu Lazada	Membuat konten video <i>motion graphic</i> untuk Lee Kum Kee Indonesia & Lazada  Membuat analisa kompetitor untuk Teh Celup Sosro

3	3 (14-20 Sept 2020)	Media sosial Gery Philippines, Interskill Indonesia & Teh Celup Sosro	Membuat <i>copywriting</i> untuk media sosial Facebook & Instagram Interskill & Gery Philippines  Mencari KOL ( <i>Key Opinion Leader</i> ) yang cocok untuk brand Teh Celup Sosro
4	4 (21-27 Sept 2020)	Media sosial Interskill Indonesia & Lee Kum Kee Indonesia	Membuat <i>copywriting</i> untuk media sosial LinkedIn Interskill  Membuat <i>report</i> untuk <i>social media</i> Lee Kum Kee
5	5 (28 Sept - 4 Okt 2020)	Media sosial Gery Philippines, Lee Kum Kee Indonesia & Tanoto Foundation	Membuat <i>report social media</i> untuk Interskill, Gery Philippines & Lee Kum Kee  Meeting dengan <i>client</i> Tanoto Foundation
6	6 (5-11 Okt 2020)	Media sosial Lee Kum Kee Indonesia & Tanoto Foundation	Membuat konten video <i>motion graphic</i> untuk Tanoto Foundation  Membuat <i>copywriting</i> untuk media sosial Lee Kum Kee
7	7 (12-18 Okt)	Media sosial Gery Philippines & Tanoto Foundation	Membuat <i>copywriting</i> untuk media sosial Gery Philippines  Membuat konten video <i>motion graphic</i> untuk Gery Philippines dan Tanoto Foundation
8	8 (19-25)	Media sosial Gery Philippines & Tanoto	Menjadi asisten dalam <i>photoshoot</i>

	Okt)	Foundation	<p>konten Instagram Gery Philippines</p> <p>Meeting dengan klien Tanoto Foundation</p> <p>Membuat konten video <i>opening speech</i> untuk Tanoto Foundation</p>
9	9 (26-30 Okt)	Media sosial Gery Philippines, Lee Kum Kee Indonesia & Tanoto Foundation	<p>Membuat konten video sumpah pemuda untuk Tanoto Foundation</p> <p>Membuat <i>copywriting</i> untuk media sosial Lee Kum Kee</p> <p><i>Handoff</i> untuk brief <i>copywriting</i> Lee Kum Kee, Gery Philippines untuk <i>copywriter</i> lain</p>

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Secara umum, tugas utama penulis sebagai *copywriter* pada saat praktik kerja magang adalah membuat *copywriting* yang akan diaplikasikan pada konten media sosial berbagai klien Sabda Creative. Penulis juga berperan dalam menciptakan konsep visual untuk setiap konten *copywriting* yang penulis ciptakan. Untuk setiap klien yang penulis tangani, penulis diberikan brief oleh *Account Executive* sebagai panduan terkait *tone and manner*, gaya bicara, serta deskripsi *target audience* klien.

Selain tugas utama tersebut, penulis memiliki tugas tambahan seperti menemui klien Tanoto Foundation di gedung kantor Tanoto Foundation, mengikuti kegiatan *photoshoot* konten untuk klien Gery Philippines, serta membuat video *motion graphic* untuk klien Teh Celup Sosro, Gery Philippines, Lee Kum Kee Indonesia, Lazada, serta Tanoto Foundation.

### **3.3.1. Proses Pelaksanaan**

Proyek yang dikerjakan penulis bersifat jangka panjang karena tertulis dalam kontrak antara Sabda Creative dengan pihak klien. Penulis mengkategorikan tipe pekerjaan yang penulis kerjakan menjadi dua, yaitu proyek *copywriting* dan proyek video.

Dari berbagai proyek yang penulis kerjakan selama praktik kerja magang, penulis akan menjelaskan hanya beberapa proyek saja dalam pembahasan ini, karena proyek-proyek ini berfokus pada bidang yang ingin penulis bahas, yaitu *copywriting*. Proyek tersebut antara lain adalah Gery Philippines dan Lee Kum Kee Indonesia.

#### **3.3.1.1. Gery Philippines**

Proyek untuk klien Gery Philippines mencakup manajemen media sosial. Gery Philippines merupakan cabang dari merk Gery dari perusahaan GarudaFood yang mulanya terdapat di Indonesia untuk negara Filipina. Sabda Creative telah menangani media sosial Gery Philippines, terutama Instagram dan Facebook sejak Februari 2020.

Dikarenakan penulis mulai bekerja pada 31 Agustus 2020, penulis memulai dengan menyusun *Performance Report* dari Facebook dan Instagram Gery Philippines. Pada *Performance Report*, penulis menganalisa dan menerjemahkan statistik dari Facebook dan Instagram menjadi data yang nyaman dibaca untuk klien. Penulis juga berdiskusi dengan Walda Vivian, selaku pembimbing magang terkait hasil *learning* konten Gery Philippines untuk bulan selanjutnya.

*Content Plan* untuk bulan September pada saat itu telah diciptakan oleh pembimbing magang penulis juga sudah disetujui kontennya oleh klien. Sehingga setelah penulis selesai menciptakan *Performance Report*, penulis masuk ke tahap penciptaan *Content Plan* untuk bulan Oktober. Proses penciptaan *Content Plan* ini berlangsung selama 3 hari sejak tanggal 17 September hingga 19 September 2020. Proses ini termasuk

melakukan riset terkait tren dan kultur negara Filipina pada bulan Oktober serta menerima masukan atau *feedback* dari tim internal Sabda Creative, kemudian setelah itu akan dikirimkan kepada klien.

Selama pembuatan *Content Plan* tersebut, penulis harus mematuhi beberapa aturan yang telah menjadi persetujuan antara Sabda Creative dengan pihak klien. Diantaranya adalah sebutan *audience* serta *Content Pillar*. *Audience* Gery Philippines sendiri dipanggil dengan sebutan “*Beshiecakes*”. *Content Pillar* sendiri merupakan topik atau tema yang dikelompokkan untuk menjadi fondasi strategi konten (*content strategy*). Adapun Gery Philippines memiliki 3 *Content Pillar*, yaitu: *lifestyle* dengan *campaign* #Geryfied, #Geryhappy, dan #GeryMakesYourDay; *engagement* dengan konten berupa *games*, *giveaway*, dan peringatan nasional, dan; *branding* dengan konten membahas produk Gery. Gery Philippines mempunyai *target audience* berusia remaja yang masih bersekolah dengan gaya bahasa *gaul* dan bersahabat.

Penulis mulai menciptakan konten video yang terdapat pada *Content Plan* tersebut. Adapun konten video tersebut berjumlah 6 video *motion graphics*. Seperti penciptaan *Content Plan*, penulis juga turut mendapat masukan atau *feedback* dari tim internal Sabda Creative, kemudian akan dikirimkan kepada klien.

Pada tanggal 28 September 2020, tim Sabda Creative baru mendapatkan *feedback* dari klien. Dari *Content Plan* yang sudah penulis buat, pihak klien mengajukan beberapa revisi konten, baik dari segi *copywriting* maupun konten itu sendiri. Penulis melakukan revisi untuk bagian yang menjadi tanggung jawab penulis, berikut membantu mengarahkan *graphic designer* apabila hanya revisi desain saja.



Gambar 3.3.1.1 Hasil desain konten Gery Philippines bulan Oktober



Gambar 3.3.1.2 Hasil desain konten Gery Philippines bulan Oktober

Pada bulan Oktober, sebagaimana seperti bulan sebelumnya, penulis memulai menyusun *Performance Report* dari bulan September. Kemudian, penulis melanjutkan dengan penciptaan *Content Plan* untuk bulan November, berikut dengan penciptaan konten video *motion graphics* sesuai keperluan *Content Plan*.

Sebelumnya pada bulan September, tim Sabda Creative mengirimkan proposal untuk mengadakan *photoshoot* berikut dengan tema *giveaway* untuk media sosial Gery Philippines bulan Oktober. Namun, proposal tersebut mendapatkan respon yang cukup lambat dari pihak klien, sehingga harus diundur menjadi bulan Desember. Penulis berkesempatan membantu proses *photoshoot* sebagai *supervisor*.

#### **3.3.1.2. Lee Kum Kee Indonesia**

Proyek untuk klien Lee Kum Kee Indonesia mencakup manajemen media sosial dan berbagai desain untuk keperluan *sales & marketing*. Penulis berkesempatan untuk terlibat dalam manajemen media sosial. Lee Kum Kee Indonesia merupakan anak perusahaan dari Lee Kum Kee Global, sebuah perusahaan yang bergerak dibidang bumbu dapur dari negara Tiongkok. Lee Kum Kee Indonesia sendiri mempunyai visi “*Where there is people, there is Lee Kum Kee*” dan misi “*Promoting chinese cuisines worldwide*” dengan *tone and manner* yang *clean, premium, dan trusted* (Lee Kum Kee Indonesia, 2020). Sabda Creative telah menangani kebutuhan media sosial dan desain Lee Kum Kee Indonesia sejak bulan Juli 2020.

Bersamaan dengan pekerjaan penulis untuk klien Gery Philippines, penulis memulai dengan menyusun *Performance Report* dari Facebook dan Instagram Lee Kum Kee. Isi dari *Performance Report* Lee Kum Kee mempunyai beberapa perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan milik Gery Philippines. Hal ini terjadi berdasarkan permintaan klien yang ingin melihat data tertentu dari performa media sosial Lee Kum Kee

Indonesia. Penulis turut menciptakan beberapa konten video *motion graphic* untuk konten bulan Oktober.

Penulis tidak langsung menciptakan *Content Plan* seperti klien Gery Philippines karena pada bulan September, penulis ditugaskan pada klien yang berbeda.

Penulis melanjutkan pekerjaan untuk Lee Kum Kee Indonesia pada 1 Oktober 2020 dengan menyusun *Performance Report* dari bulan September. Kali ini, berbeda dengan yang diminta pada *Performance Report* bulan sebelumnya, penulis diminta untuk mengisi beberapa dokumen tambahan untuk menganalisa hasil iklan pada media sosial Facebook dan Instagram. Terdapat dokumen *Facebook Scorecard* yang harus penulis susun, adapun dokumen tersebut berisi performa iklan secara mendetil dibandingkan dengan performa media sosial Lee Kum Kee Indonesia secara organik (tanpa menghitung hasil dari iklan).



Gambar 3.3.1.3 Hasil desain konten Lee Kum Kee Indonesia bulan November



Gambar 3.3.1.4 Hasil desain konten Lee Kum Kee Indonesia bulan November

Kemudian, pada tanggal 5 Oktober 2020, penulis menciptakan *Content Plan* untuk bulan November. Namun, berbeda juga dengan Gery Philippines, *Content Plan* untuk Lee Kum Kee Indonesia terbagi menjadi 2, dengan *Content Plan* pertama yang berwujud dokumen *Microsoft Excel* dengan isi konten secara umum dan mengapa konten tersebut harus diangkat pada bulan November, serta *Content Plan* kedua yang berwujud dokumen *Microsoft Powerpoint* dengan isi konten secara mendetil dari konsep desain hingga *caption* yang digunakan. Pemisahan *Content Plan* menjadi dua dokumen terpisah dikarenakan pihak klien ingin menunjukkan *Content Plan* dengan wujud dokumen *Microsoft Excel* untuk diperlihatkan kepada kantor pusat dari Lee Kum Kee Global, adapun konten tersebut harus dalam bahasa Inggris yang nantinya akan diterjemahkan ke bahasa Indonesia untuk *Content Plan* dengan wujud dokumen *Microsoft Powerpoint*. Namun, penulis tidak melanjutkan untuk sepenuhnya

mengerjakan *Content Plan* dengan wujud *Microsoft Powerpoint* dikarenakan *feedback* yang lebih lama dari biasanya dari pihak klien.

Menyerupai Gery Philippines, penulis harus mematuhi beberapa aturan yang telah ditetapkan sebelumnya, terutama pada sebutan *audience* dan *Content Pillar*. *Audience* Lee Kum Kee Indonesia dipanggil sebagai “Moms”, mengindikasikan *target audience* berupa ibu rumah tangga muda terutama tinggal pada kota-kota besar di Indonesia. *Content Pillar* Lee Kum Kee Indonesia sendiri terbagi menjadi 4 (empat) topik, yaitu: *Cooking tips* dengan konten berupa *tips* memasak, informasi mengenai perabot masak, serta berbagai *tips* tentang dapur; *Cooking recipe* dengan konten berupa resep memasak yang harus menggunakan setidaknya satu produk bumbu dari Lee Kum Kee; *Product Unit Selling Point* dengan konten berupa manfaat atau pengenalan suatu produk bumbu dari Lee Kum Kee, dan; *Brand campaign* dengan konten berupa *giveaway* atau promo.

### **3.3.2. Kendala yang Ditemukan**

Selama menjalani praktik kerja magang, penulis menemukan beberapa kendala dalam pengerjaan proyek-proyek yang disebutkan. Kendala-kendala tersebut diantaranya adalah:

1. Penulis tidak mendapatkan informasi akan *product knowledge* yang cukup dari pihak klien, terutama untuk klien Interskill Indonesia dan Gery Philippines.
2. Dengan adanya permintaan klien yang berbeda-beda, sehingga *workflow* atau alur kerja tim yang sama akan berbeda untuk setiap kliennya. Hal ini memperlambat proses pengerjaan karena muncul kesulitan juga untuk melakukan *tracking progress* dari setiap proyek klien.
3. Tempat komunikasi untuk tim internal dan tim klien sama-sama berada di WhatsApp. Hal ini menyebabkan banyaknya pesan dan grup yang tertumpuk satu sama lain, tidak hanya pesan dari tim internal dan tim klien, pesan-pesan tersebut juga turut tercampur dengan pesan personal

dan keluarga. Hal ini terasa tidak hanya bagi penulis, namun juga bagi beberapa rekan kerja penulis.

Setiap kendala yang telah penulis sebutkan mungkin dapat disebabkan karena dampak dari pandemi Covid-19, dimana banyak orang—termasuk orang-orang yang bergerak pada bidang periklanan harus menyesuaikan diri mengikuti protokol dan aturan yang berlaku.

### **3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Sebagai pekerja kreatif, penulis harus bisa mencari solusi dari setiap permasalahan yang muncul. Terdapat beberapa solusi yang penulis temukan atas kendala-kendala yang penulis hadapi.

1. Penulis meminta *product knowledge* dari klien, baik berupa dokumen informasi perusahaan maupun *brief* media sosial.
2. Penulis beserta rekan kerja yang lain melakukan sesi *brainstorming* untuk menentukan *workflow* atau alur kerja terbaik untuk setiap klien. Walaupun hasilnya tidak bisa sama rata untuk setiap klien, paling tidak terdapat beberapa kesamaan dalam segi alur kerja untuk beberapa klien.
3. Tepat seminggu sebelum praktik kerja magang penulis berakhir, tim Sabda Creative melakukan migrasi perlahan ke aplikasi Slack. Slack merupakan aplikasi pesan seperti WhatsApp, namun memiliki berbagai fitur yang lebih terfokus untuk dunia kerja, seperti integrasi dengan aplikasi lain.