

BAB III

Pelaksanaan Kerja Magang

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama praktek kerja magang, penulis berada di bagian Divisi Padamoto Creative Studio sebagai Konten Digital Marketing di Padamoto Studio. Di sana, penulis berperan untuk membuat sebuah Timeline Postingan Instagram klien, mendesain poster feeds Instagram klien, dan membuat caption yang pas untuk postingan di Instagram klien. Untuk koordinasi yang dilakukan oleh penulis, biasanya penulis langsung diarahkan oleh Bapak Irwan Heriyanto selaku Kepala Human Resource Development dan Bapak Derby selaku CEO dari Padamoto Studio.

3.2 Tugas yang dilakukan

Selama pelaksanaan praktek kerja magang berlangsung, penulis diberikan beberapa tugas yang wajib untuk dijalankan. Adapun tugas-tugas yang penulis lakukan secara rutin selama praktek kerja magang berlangsung, ialah sebagai berikut:

Minggu Ke-	Jenis pekerjaan yang dilakukan mahasiswa	Koordinasi
1	Memahami isi konten social media klien dan menganalisis gaya serta model/bahasa desain yang digunakan klien	Bapak Derby

2	Membuat timeline untuk postingan konten social media di Instagram klien	Bapak Irwan
3 – 4	Menentukan konsep yang tepat untuk isi konten yang sesuai dengan timeline, serta melakukan Photoshoot Product untuk keperluan footage dan isi konten. Mengedit hasil foto dan mendesain untuk postingan feeds Instagram klien serta memikirkan dan membuat caption yang akan diposting	Bapak Irwan (Konsep dan Photoshoot) Bapak Derby (Desain Konten dan Penulisan Caption)
5-7	Mendesain poster untuk 1 grid postingan kedepan dan membuat caption untuk postingan tersebut Klien : Goldswan dan Drinksweet Escape	Bapak Irwan
8	Membuat kembali timeline untuk klien (Goldswan Food)	Bapak Irwan
9-10	Menentukan konsep yang tepat untuk isi konten yang sesuai dengan timeline, serta melakukan Photoshoot Product untuk keperluan footage dan isi konten. Mengedit hasil foto dan mendesain untuk postingan feeds Instagram klien serta membuat caption yang akan diposting	Bapak Irwan (Konsep dan Photoshoot) Bapak Derby (Desain Konten dan Penulisan Caption)

11-15	Mendesain poster untuk 1 grid postingan kedepan dan membuat caption untuk postingan tersebut	Bapak Irwan dan Bapak Derby
-------	--	-----------------------------

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

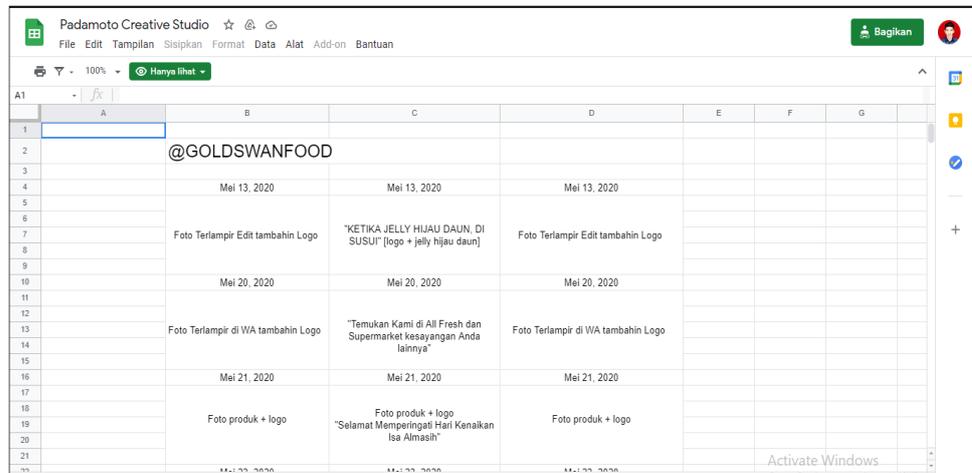
3.3.1 Proses Pelaksanaan

1. Memahami isi Instagram klien (Goldswan Food dan Drink Sweet Escape) dengan melihat postingan Instagram @goldswanfood & @drinksweetescape satu persatu dan menuliskannya di buku kecil atau notepad. Lalu melihat bahasa desain dan model dari desain postingan yang digunakan klien (Goldswan Food & Drink Sweet Escape) dan mencatat kembali di buku atau notepad tentang bahasa desain yang digunakan seperti, tone warna dalam desain gambar, jenis font, penempatan logo, isi caption, penggunaan hastag, jumlah dalam sekali posting, dan sinkronisasi dari satu desain postingan dengan desain postingan berikutnya.
2. Membuat Timeline untuk postingan Instagram, Penulis dengan bimbingan Bapak Irwan Heriyanto dibantu untuk membuat Timeline postingan Instagram yang akan digunakan sebagai acuan dalam membuat konten Instagram klien.(GSF & DSE)

Langkah-langkahnya ialah sebagai berikut :

- a. Penulis membuat worksheet di google spreadsheets yang langsung dapat dilihat dan di koreksi oleh Bapak Irwan Heriyanto.

Di worksheet pertama penulis membuat timeline untuk Goldswan Food yang diperuntukan untuk jangka waktu satu bulan kedepan dengan ketentuan dalam satu hari harus ada 3 konten yang diposting.



Gambar 3.1

- b. Penulis menyusun dan membuat isi timeline grid per-grid postingan dari klien (Drinksweet Escape) untuk satu bulan kedepan yang berkoordinasi dengan bapak Irwan. Drinksweet Escape memiliki ketentuan timeline yang cukup 1 hari 1 kali memposting konten di Instagram, namun setiap postingan harus terintegrasi dengan konten postingan sebelumnya.

@DRINKSWEETESCAPE		
Mei 12, 2020	Mei 12, 2020	Mei 14, 2020
[tebak kata] teman berbuka puasa , kata "TIMUN SURI" buat kotak kosong yang jawabanya timun suri warna BG nya sesuaikan sama feed happy waisak yang ud ada	e-paper-bags-sea-life-with-mock-up_714 lanjut konsep PNG gelas plus background dari link diatas produk : ICE COFFEE MILK	Foto produk + logo "Sahabat WFH Mu di Rumah"
Mei 18, 2020	Mei 19, 2020	Mei 21, 2020
Foto produk + logo + BG pantai / gunung "Segarnya, Serasa Liburan"	Foto produk + logo "Tetap gunakan masker & jaga jarak"	Foto produk + logo "Selamat Memperingati Hari Kenaikan Isa Almasih"
Mei 24, 2020	Mei 24, 2020	Mei 24, 2020
Foto produk + logo "Selamat Idul Fitri"	Foto produk + logo "Terima kasih para pahlawan medis"	Mo Ji To
Mei 25, 2020	Mei 26, 2020	Mei 27, 2020

Gambar 3.2

- c. Setelah penulis selesai membuat timeline, penulis menunggu persetujuan dan revisi (bila ada) dari Bapak Irwan Heriyanto, jika sudah disetujui penulis boleh melanjutkan ke proses berikutnya yaitu Photoshoot dan editing hasil foto. Biasanya penulis melakukan foto produk bekerja sama dengan divisi Fotografi atau terkadang penulis melakukannya dirumah dengan produk dikirimkan kerumah penulis. Setelah foto selesai, semua file foto disortir kembali oleh tim dari divisi Fotografi dan nanti akan dikirimkan ke penulis melalui Google Drive atau FlashDisk.

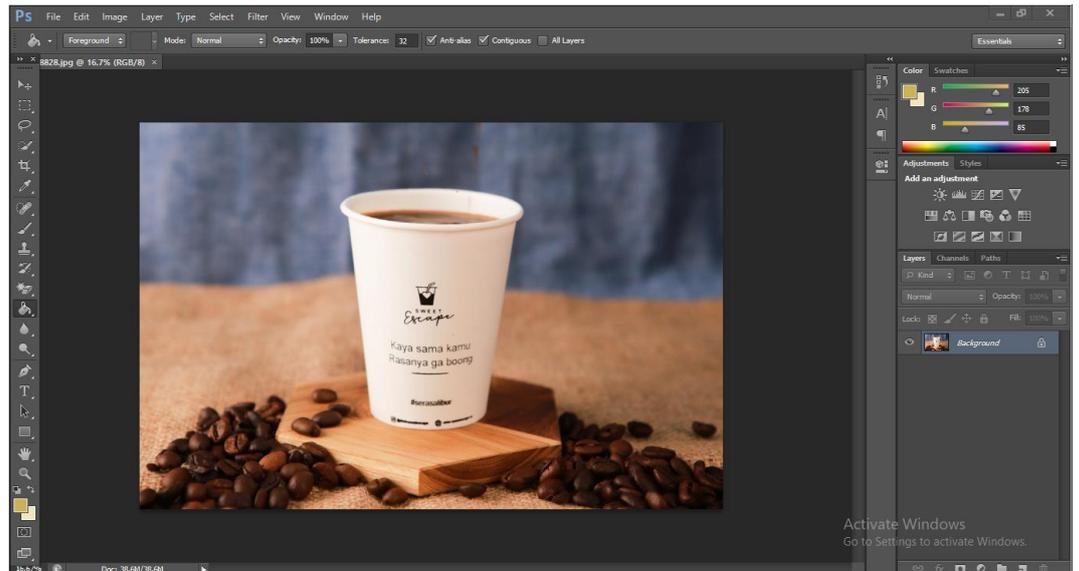


Gambar 3.3

3. Proses editing foto, pembuatan poster feeds Instagram dan pembuatan caption, Penulis melakukan proses editing foto hasil dari photoshoot yang telah dilakukan penulis dan tim photoshoot. Lalu penulis mulai membuat desain feed Instagram mengikuti acuan dari timeline yang sudah penulis buat sebelumnya, dengan bimbingan dari Bapak Derby penulis juga mendapat inputan dalam membuat Caption yang sesuai.

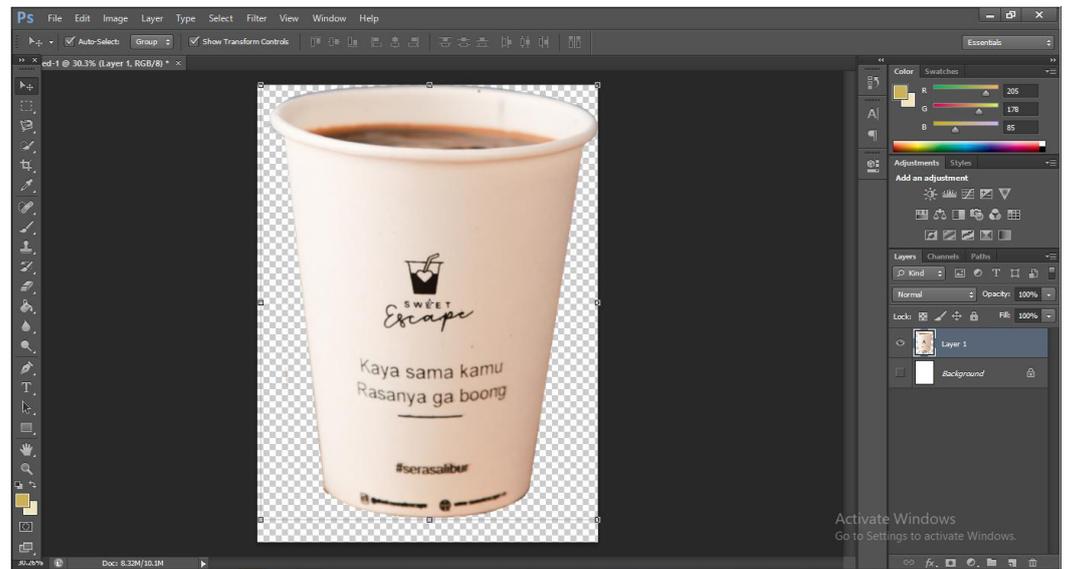
Adapun langkah-langkah penulis dalam mengedit foto, membuat poster feeds, dan caption sebagai berikut :

- a. Penulis membuka adobe photoshop dan menginput foto kedalam lembar kerja photoshop, lalu mulai mengdit sharpnes, kontras dan kecerahan dari foto.



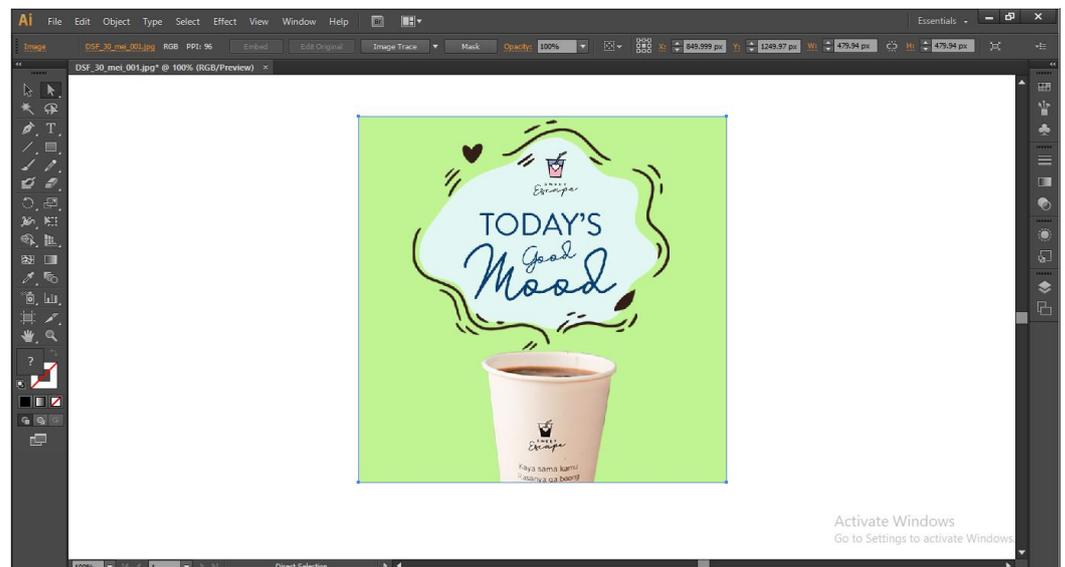
Gambar 3.4

- b. Jika sudah dirasa cukup,penulis langsung mulai memotong foto dan mengambil gambar gelasnya saja menjadikannya format .PNG lalu di export ke Adobe Illustrator untuk dijadi satukan dengan desain yang sudah penulis buat



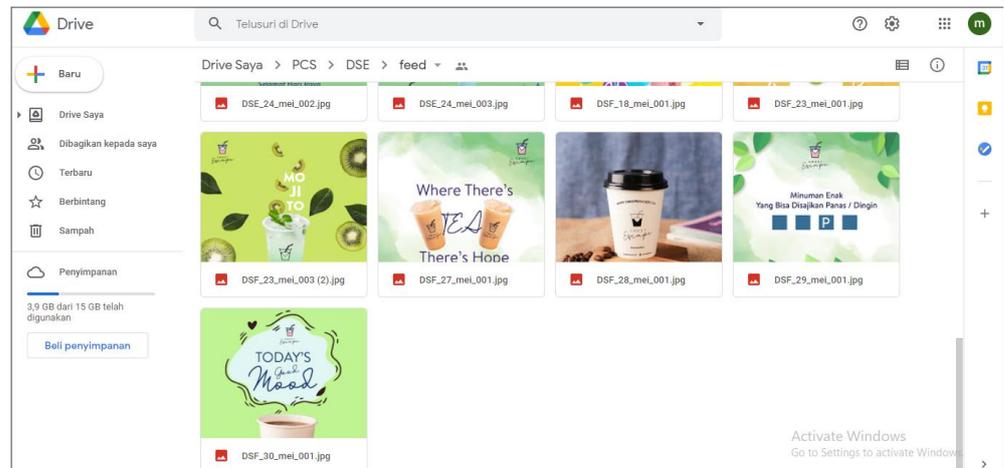
Gambar 3.5

- c. Penulis mengexport gambar gelas tersebut ke worksheet Adobe Illustrator lalu gabungkan dengan desain yang sudah dibuat. Lalu export gambar dngan format .JPEG/.JPG.



Gambar 3.6

- d. Lalu penulis dapat mengupload konten ke Google Drive sesuai dengan folder dan menggunakan nama tanggal kapan konten akan di Posting.



Gambar 3.7

- e. Selain membuat konten, penulis juga dituntut untuk membuat sebuah caption / keterangan untuk konten yang penulis buat. Penulis membuat beberapa caption untuk 1 buah konten yang akan diposting nantinya. Penulis juga diwajibkan untuk memberikan hastag untuk setiap caption yang dibuat.



Gambar 3.8

- f. Jika konten yang sudah penulis kerjakan selesai untuk satu hari penulis diperbolehkan melanjutkan untuk membuat konten hari berikutnya

sampai penulis selesai membuat konten untuk satu bulan sesuai dengan timeline yang telah penulis buat sebelumnya.

3.3.2 Kendala Yang Ditemukan

Selama kegiatan proses kerja magang berlangsung, penulis menghadapi beberapa masalah, sehingga terkadang membuat pekerjaan yang penulis lakukan selesai lebih lama dari target yang semula telah ditentukan. Berikut merupakan beberapa kendala yang penulis temukan selama pelaksanaan proses kerja magang di PadamotoStudio :

a. Kurangnya pengetahuan penulis tentang bagaimana workflow di Padamoto Studio yang membuat penulis sedikit bingung untuk mengimbangi workflow di Padamoto Studio

b. Memahami keinginan klien.

Terkadang penulis suka mendapatkan revisi desain dari klien yang membuat penulis harus siap merevisi kapan saja dibutuhkan. Bahkan penulis pernah mendapat revisi dari klien pada waktu libur karena ketidaksesuaian atau ada tambahan dari klien.

c. Kekurangan Bahan Footage

Penulis pernah mengalami kekurangan bahan (file) foto untuk membuat konten, yang mengakibatkan penulis harus menunda dahulu pembuatan konten tersebut dan lanjut ke konten berikutnya.

d. Upload Yang Tidak Sesuai Dengan Timeline

Hal ini yang paling sering penulis alami, penulis seringkali sudah membuat timeline dan konten tepat waktu namun klien tidak sesuai mengupload atau memposting konten sesuai dengan Timeline yang sudah ada, akhirnya penulis harus merevisi beberapa konten berikutnya agar sesuai dengan konten yang sebelumnya sudah diposting.

3.3.3 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

- a. Meningkatkan pengetahuan tentang prosedur, ritme, serta peraturan kerja di Padamoto Studio. Sebagai karyawan magang baru di kantor, penulis harus sering bertanya terkait dengan kultur dan mekanisme bekerja di Padamoto Studio, dimana penulis bekerja dengan metode WFH dan hanya diijinkan beberapa kali masuk ke kantor sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan membuat penulis harus ekstra dalam memahami mekanisme kerja dan workflow dari Padamoto Studio. Sejauh ini penulis bisa beradaptasi dan memahami mekanisme serta workflow dari Padamoto Studio.
- b. Dalam memahami klien penulis biasanya akan meminta waktu 1jam untuk revisi dan jika sudah selesai langsung diberikan kepada klien. Untuk menghindari revision kembali biasanya penulis menanyakan apa saja yang harus direvisi dan menegaskan point penting yang memang perlu ditambah atau kurangi/ganti. Sejauh ini penulis sudah dapat memahami keinginan klien dan sudah sangat sedikit mendapat revisi dari klien, mungkin jika ada pun hanya revisi minor.
- c. Dalam menghadapi kekurangan bahan footage atau file foto untuk koto, penulis biasanya melaporkan hal ini kepada Bapak Irwan dan meminta ijin untuk pengambil Photoshoot tambahan,. Dan penulis mencoba mengambil lebih banyak footage dan file foto yang diperlukan, hingga sejauh ini penulis tidak mendapat kendala tersebut kecuali memang ada footage yang harus ditambahkan atau dengan konsep yang baru.
- d. Mengatasi hal yang diluar dugaan penulis inilah masalah terbesar yang pernah penulis alami, penulis sempat bertanya dan meminta solusi kepada Bapak Derby dan Bapak Irwan terhadap masalah ini. Lalu penulis mendapat solusi untuk mengingatkan klien agar tetap

posting mengikuti timeline dan jika memang klien masih tidak mengerti dan tetap melakukan hal yang sama penulis hanya memperbaiki untuk desain selanjutnya. Sejauh ini penulis sudah tidak menemui masalah tersebut

3.4 Peran Konten Social Media Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness Klien (Goldswan Food & Drinksweet Escape) Padamoto Studio

Akhir-akhir ini muncul budaya pemasaran baru yang dimana merambah dunia digital, yang saat ini memanfaatkan social media. Alasan mengapa berkembangnya Digital Marketing terutama pada Social Media Marketing dimana berdasarkan data dari [We Are Social dan Hootsuite](#) pada tahun 2020 peningkatan pengguna sosial media adalah 160 juta orang (59% dari populasi negara), dengan pertumbuhan 8,1% dari setiap tahunnya. Jika ditelaah lebih lanjut ke statistik tersebut, 94% dari pengguna internet (175,4 juta orang dengan tingkat penetrasi 64% dari populasi negara) memiliki smartphone, dan rata-rata waktu yang dihabiskan oleh penggunaan sosial media dalam sehari adalah 3 jam 26 menit, dengan tingkat 95% pengguna yang memang secara aktif terlibat atau berkontribusi pada konten di sosial media. (Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>). Social media atau dalam bahasa indonesia disebut media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens, banyak audiens ke banyak audiens. Social media marketing merupakan bentuk periklanan secara online yang menggunakan konteks kultural dari komunitas sosial meliputi jejaring sosial, dunia virtual, situs berita sosial, dan situs berbagi pendapat sosial untuk menemui tujuan komunikasi (Tuten, 2008:19).. Kegiatan ini dilakukan untuk menemukan formula yang tepat dalam menyebarkan informasi yang dibutuhkan untuk mengarahkan exposure bisnis, peningkatan traffic, dan meningkatkan brand awareness.

Philip Kotler (2007:5) mendefinisikan bahwa, “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.” Banyak definisi tentang pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli salah satunya dikemukakan oleh William J. Stanton, (1984:7) “Pemasaran adalah suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan, baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial”.

Bagi bisnis yang bergerak di industri apapun, salah satu kunci kesuksesannya adalah dengan mengenal pelanggan lebih dekat. Sosial media membuat proses pengenalan ini menjadi lebih mudah dibandingkan dengan sebelumnya. Dengan perangkat pendukung yang ada di setiap akun sosial media, kini bisa diketahui dengan terperinci mengenai siapa saja konsumen. Dengan target konsumen yang tepat diharapkan akan memberikan keuntungan lebih dari investasi yang telah dilakukan. Geo-targetting merupakan langkah yang efektif bila mengirimkan pesan kepada target konsumen secara spesifik berdasarkan lokasi. Jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter memiliki perangkat pendukung yang membantu untuk menyajikan informasi yang sesuai bagi konsumen. Sebelumnya proses pemasaran mengalami kendala untuk menyajikan informasi kepada konsumen dalam waktu yang singkat. Kini dengan adanya sosial media, penyampaian informasi kepada konsumen menjadi lebih mudah dan cepat. Saat akan menggunakan sosial media untuk bisnis, khususnya untuk membagikan informasi mengenai bisnis, cukup klik tombol ‘share’ pada setiap sosial media yang digunakan.

Padamoto Creative Studio sebagai divisi baru dari Padamoto Studio yang bergerak dibidang Digita Marketing terutama di Social Media Marketing telah banyak membantu meningkatkan pemasaran di Social Media milik Klien, dan juga telah banyak membuat konten – konten yang menarik untuk Social Media kliennya. Dalam Sosial Media Marketing terutama di Instagram ada beberapa komponen yang penting seperti poster, video, foto, dan caption (keterangan) yang dimana ini berkorelasi dengan teori Integrated Marketing Communication (IMC). Integrated Marketing Communication (IMC) menurut Kotler dan Keller (2009:194) adalah sebuah konsep dimana suatu perusahaan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai saluran komunikasi untuk mengirim pesan yang jelas, konsisten, dan meyakinkan berkenaan dengan perusahaan dan produknya. Selama penulis melakukan kerja magang di Padamoto Studio, penulis membuat dan berkontribusi dalam pembuatan konten social media untuk klien seperti @goldswanfood dan @drinksweetescape. Penulis menemukan di Padamoto Studio sering kehabisan ide untuk membuat suatu konten yang fresh dan juga mendapatkan talent untuk model foto. Dari hasil analisa penulis konten yang sering dibuat kebanyakan hanya seputar foto produk, dan poster produk, keuntungan dari konten ini adalah dapat lebih membuat masyarakat cepat mengingat produk apa saja yang dimiliki oleh klien. Namun ada juga kekurangannya yang membuat masyarakat jenuh dan membutuhkan hal yang baru serta menurunkan traffic dari postingan konten tersebut.

Kim dan Ko (2012) menginformasikan bahwa Social Media Marketing Activity (SMMA) ada beberapa karakteristik yang menjadi pemasaran media sosial diantaranya hiburan, interaksi, trendiness, kustomisasi, dan word-of-mouth (WOM). Penulis melihat konten yang dibuat oleh perusahaan hanya memiliki 3 dari 5 kataresitik dari SMMA ini. Dapat dilihat bahwa perusahaan kurang memberikan konten hiburan yang mengajak dan memanjakan para pengguna social media (netizen) Instagram dan juga trendiness yang memang saat ini trend sedang berubah-ubah seperti trend tiktok dan juga trend influencer dari talent management.

Untuk mengatasi masalah ini penulis memberikan saran kepada pihak perusahaan untuk menambahkan konten hiburan didalam pembuatan timeline postingan Instagram milik klien dan melakukan riset terhadap beberapa trend yang sering muncul dan menyisipkannya didalam pembuatan konten Instagram milik klien. Serta penulis juga menyarankan untuk mulai melirik influencer dari para talent management untuk membantu dalam proses pembuatan konten sekaligus untuk membantu promosi daripada harus perusahaan yang mencari model dan influencer sendiri. Dari konten hiburan sendiri penulis ikut berkontribusi dalam menyumbang beberapa ide seperti membuat kuis tebak kata, melengkapi kalimat, dan juga tebak gambar yang sekaligus meningkatkan interaksi dengan netizen. Sedangkan dari sisi trendiness penulis juga ikut berkontribusi menghubungi para talent management untuk membantu promosi serta penulis juga membantu membuat konten menggunakan aplikasi tiktok yang akan dipost di Instagram Story atau di feed dan juga penulis membantu repost konten konten yang dibuat oleh para influencer dan reviewer di Instagram. Hasil dari yang penulis telah lakukan cukup berdampak terhadap engagement rate dari Goldswan Food dan Drinksweet Escape, pada bulan mei engagement rate yang dimiliki Goldswan Food hanya 2,8% sedangkan pada bulan juli engagement ratenya mencapai 6,22% yang berarti ada kenaikan sebesar 3,42% dalam waktu 2 bulan. Selain Goldswan Food, Drinksweet Escape pun mendapatkan peningkatan sebesar 0,43% dari tingkat engagement rate pada bulan April sebesar 1,74% meningkat menjadi 2,17% pada bulan juni, sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa tingkat *Brand Awareness* dari Goldswan Food dan Drinksweet Escape meningkat.

Engagement Mei 2020			Followers	Engagement juli 2020			Followers
No	Like	Comment		No	Like	Commen	
1	27	0		1	116	18	
2	25	0		2	42	0	
3	28	0		3	73	6	
4	34	0		4	48	11	
5	36	0		5	65	36	
6	24	0		6	34	0	
7	29	8		7	71	1	
8	41	4		8	39	0	
9	32	8		9	31	0	
10	20	0		10	26	0	
11	16	0		11	178	4	
12	22	0	12	21	0		
Total	334	20	Total	744	76		
Total EP	354	12625	Total EP	820	13178		
Goldswan Food							

$$ER \text{ (Engagment Rate)} = \frac{\text{Total EP (Engagement 12 post)}}{\text{Followers}} \times 100$$

$$ER(\text{Mei}) = \frac{354}{12625} \times 100 = 2,8\%$$

$$ER(\text{Juli}) = \frac{820}{13178} \times 100 = 6,22\%$$

Engagement April 2020			Followers	Engagement juni 2020			Followers
No	Like	Comment		No	Like	Comment	
1	12	0		1	11	0	
2	12	0		2	16	0	
3	8	0		3	7	0	
4	7	0		4	16	0	
5	6	0		5	11	1	
6	14	0		6	10	0	
7	10	0		7	9	0	
8	15	0		8	14	0	
9	11	0		9	12	0	
10	7	0		10	12	0	
11	15	0		11	11	0	
12	5	0	12	22	1		
Total	122	0	Total	151	2		
Total EP	122	6975	Total EP	153	7022		
Drinksweet Escape							

$$ER \text{ (Engagment Rate)} = \frac{\text{Total EP (Engagement 12 post)}}{\text{Followers}} \times 100$$

$$ER(\text{Apr}) = \frac{122}{6975} \times 100 = 1,74\%$$

$$ER(\text{Juni}) = \frac{153}{7022} \times 100 = 2,17\%$$