

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

1. Kedudukan dan Koordinasi

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di Jakarta Fashion Week 2021, pekerjaan yang dilaksanakan termasuk dalam divisi *Public Relations & Social Media* Jakarta Fashion Week sebagai *social media intern* pada saat *pre-event* Jakarta Fashion Week 2021. Menurut Taprial & Kanwar (2012, p. 46) Manajemen media sosial melibatkan pengelolaan seluruh atau sebagian kampanye media untuk bisnis yang termasuk mengembangkan strategi, menerapkan, dan memantau media sosial. Dalam pelaksanaan kerja magang di Jakarta Fashion Week ini, manajemen media sosial sangatlah diperlukan karena tanggung jawab yang diberikan sangat berkaitan dengan pengelolaan media sosial. Pembimbing lapangan dalam *pre-event* Jakarta Fashion Week 2021 adalah Fathia Fauzia selaku *Head of Public Relations & Media Relations* Jakarta Fashion Week.

2. Tugas yang dilakukan

Penugasan yang dilakukan ketika menjadi *public relations & social media intern* Jakarta Fashion Week 2021 memiliki tujuan utama yang dijalankan dalam *social media*. Kegiatan dalam operasional media sosial Jakarta Fashion Week membahas mengenai *event* yang sedang berlangsung, mempromosikan *event* yang akan datang, dan mengunggah aktivitas yang dilakukan selama *pre-event* Jakarta Fashion Week 2021, seperti talkshow, Live, mengunggah foto kegiatan yang telah usai dan segala yang berkaitan dengan *brand* yang tertera di Jakarta Fashion Week.

Selain dari tugas yang diberikan untuk mengatur media sosial Instagram Jakarta Fashion Week, juga terdapat beberapa media sosial yang memiliki hubungan dengan Jakarta Fashion Week, yaitu akun instagram Fashion Hub, Fashionlink Hub & Market, Twitter Jakarta Fashion Week, dan Facebook Jakarta Fashion Week. Pekerjaan yang dilakukan dalam mengatur media sosial tersebut tidak hanya mengunggah konten, namun juga membuat *editorial plan*, menentukan *caption* yang sesuai, memilih foto

untuk diunggah, dan membuat desain untuk diunggah ke dalam *feeds* Instagram. Selain itu, pengambilan konten dari *store* Fashion Hub untuk mempromosikan *brand* yang berada di dalamnya. Tugas lainnya yang memiliki keterkaitan dengan media, yaitu membuat artikel yang akan diunggah dalam web Jakarta Fashion Week, serta membuat *press release* untuk media.

Kemudian, salah satu pelaksanaan *pre-event* Jakarta Fashion Week, yaitu Revival Fashion Festival memiliki tugas untuk melaksanakan publikasi berupa Live setiap *show* di Instagram Jakarta Fashion Week, mengunggahnya ke dalam Instagram *story* setelah *show* berlangsung, juga mengunggah pada Instagram *feeds* Jakarta Fashion Week. Selain itu juga, menyiapkan beragam *caption* yang sesuai untuk *show* tersebut.

Tabel 3. 1 Timeline Pekerjaan yang Dilakukan

Tugas	Agustus				September					Oktober					November		
	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3
Media Sosial																	
Membuat <i>editorial plan</i>																	
Penyusunan Konten Media Sosial																	
Penjadwalan dan Pengunggahan Konten																	
Media Relations																	
Media Relations dan Sponsor																	

Sumber: Dokumen Pribadi

3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.1. Pengelolaan Media Sosial

Media sosial berguna sebagai alat untuk mempromosikan sebuah *event* yang akan sangat berpengaruh pada kesuksesan *event* tersebut. Hal ini dapat terjadi dikarenakan

kegiatan yang dilaksanakan oleh Jakarta Fashion Week perlu mendapatkan *awareness* dan *engagement* dari masyarakat luas yang bisa didapatkan melalui promosi media sosial. Salah satu tugas dan tanggung jawab *PR & Social Media Intern* yaitu mengelola beberapa media sosial seperti penjelasan di bawah ini:

3.1.1. Copywriting and Social Media Content

Dalam pengelolaan media sosial Jakarta Fashion Week, terdapat beberapa media yang menjadi fokus untuk mempromosikan *event* tersebut, yaitu Instagram, Facebook, Twitter, dan Web Jakarta Fashion Week. Dalam mengelola media sosial Jakarta Fashion Week, tanggung jawab yang diberikan berupa pembuatan *editorial plan* mingguan untuk toko retail Fashion Hub dan Fashionlink Hub & Market, kemudian untuk Jakarta Fashion Week memiliki kewajiban untuk mengunggah konten setiap harinya dengan pesan- pesan yang telah ditentukan. Menyusun sebuah konten didapat melalui pencarian foto *pre-event*, *throwback*, dan beberapa promosi *event* yang akan berlangsung. Setelah menentukan konten yang akan diunggah, selanjutnya merupakan kegiatan untuk membuat *caption* yang sesuai dengan foto maupun konten, dan melewati proses asistensi dari *user* untuk mendapatkan revisi sebelum nantinya akan diunggah ke media sosial Jakarta Fashion Week.

Terdapat sedikit perbedaan bagi Facebook dan Twitter Jakarta Fashion Week, karena Facebook merupakan hasil cerminan dari unggahan Instagram Jakarta Fashion Week, sedangkan Twitter merupakan sebuah unggahan berupa *thread* mengenai acara ataupun kegiatan tertentu yang sedang berlangsung. Serta, beberapa konten yang diunggah di Twitter dan Facebook merupakan hasil pembuatan *content planning* artikel di majalah Dewi, Pesona, maupun Web Jakarta Fashion Week yang membahas tentang dunia *fashion*. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai tren mode terbaru di waktu tertentu. Penggunaan media sosial Facebook dan Twitter ini dikarenakan Facebook memiliki pengguna yang cukup banyak di Indonesia tahun 2020 ini hingga 130 juta jiwa, dilansir dari *We Are Social*. Indonesia menduduki posisi ke 3 pada April 2020

lalu. Dari data ini, maka Facebook dapat berguna sebagai *platform* untuk menyampaikan pesan kepada khalayak secara efektif. Sedangkan pada akun Twitter yang dikelola oleh tim Jakarta Fashion Week membahas konten mengenai *update* dari *pre-event* maupun *event* yang sedang berlangsung dengan menggunakan bahasa Indonesia yang lebih *casual* dibandingkan dengan Instagram Jakarta Fashion Week, sehingga dapat meraih target yang dibutuhkan.

Selanjutnya, bagi kebutuhan toko retail seperti Fashion Hub, kegunaan media sosial memiliki tujuan yang sedikit berbeda. Tujuan utama dalam penggunaan media sosial bagi toko retail Fashion Hub ini ialah mempromosikan produk yang dijual dalam toko tersebut dan memberikan penawaran menarik dari toko tersebut, serta pemberian referensi tren mode terbaru. Untuk pengelolaan media memiliki sedikit perbedaan, karena konten yang diunggah di *story* merupakan beberapa hasil konten yang diambil secara langsung ke toko yang berada di Gandaria City, sedangkan untuk unggahan *feeds* menggunakan desain dari tim desain konten Fashion Hub. Namun terdapat juga beberapa unggahan yang berasal dari hasil desain pribadi yang melalui asistensi terlebih dahulu. Bagi sebuah *store* yang menjual hal-hal berkaitan dengan *fashion* dengan memiliki target market tersendiri, sangat dibutuhkannya sebuah *platform* untuk mempromosikan produknya, hal ini sangat dibutuhkan oleh Fashion Hub untuk menggunakan media sosial sebagai *platform* yang cukup efektif. Salah satu cara yang digunakan seperti membuat *editorial plan*, konten yang kreatif dan inovatif, serta dipadukan dengan desain konten yang unik dan menarik.

Pengelolaan media ini dilakukan untuk mendapatkan *awareness* dari masyarakat mengenai *event* yang akan berlangsung. Akun Instagram Jakarta Fashion Week telah memiliki pengikut sebanyak 149 ribu yang 73% nya merupakan perempuan jika dilihat melalui *audience* di akun @jfwofficial. Seiring dengan perkembangan internet, semakin bertambahnya pengguna media sosial untuk memenuhi gaya hidup masyarakat di era seperti ini. Maka dari itu penggunaan media sosial Instagram cukup efektif untuk mempromosikan sebuah

event tahunan besar yang berjalan di industri mode salah satunya dengan metode *share*. Menurut Baron & Byrne (2003, p. 43) kognisi sosial dapat didefinisikan sebagai cara kerja pikiran seorang manusia dalam memahami lingkungan sekitar agar dapat berfungsi secara adaptif. Aktivitas yang termasuk ke dalam cara kerja pikiran manusia ini meliputi menginterpretasi, mengingat, analisis, serta menggunakan suatu informasi mengenai dunia sosial (Mulawarman & Nurfitri, 2017).

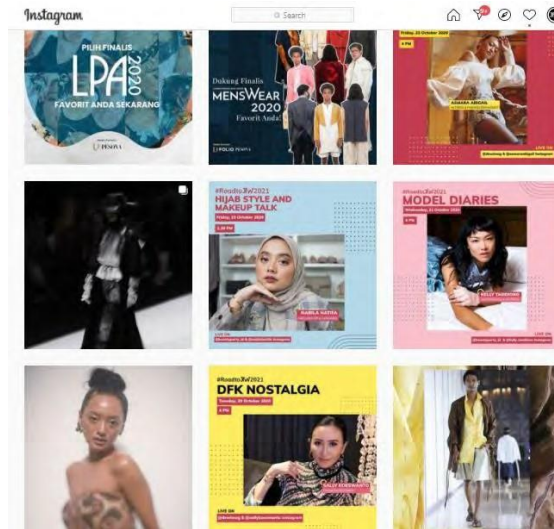
Selain dari penyusunan konten yang dilakukan untuk media sosial Jakarta Fashion Week, juga terdapat penjadwalan yang dibuat untuk mengunggah konten tersebut. Penjadwalan ini dilakukan berdasarkan *history* yang dimiliki oleh akun media sosial dalam meraih *awareness* dari audiens. Hal ini berguna untuk mendapatkan *insight* dari audiens mengenai konten yang akan diunggah tersebut.

Menurut Nasrullah dan Onggoboyo, struktur bahasa dapat dianggap merupakan salah satu bentuk informasi struktur sosial yang dapat membantu upaya menyelesaikan komunikasi sehingga mungkin terjadi (Nasrullah, 2016, p. 87). Pembuatan *content writing* juga dipengaruhi oleh struktur bahasa yang digunakan untuk menarik audiens untuk membaca dan mengetahui informasi dari adanya *caption* serta tampilan visualnya. Maka pentingnya penyusunan bahasa tersebut dalam media sosial dapat digunakan dalam pembuatan *caption*, artikel, dan penulisan yang berada dalam sebuah media.

Berikut merupakan contoh hasil unggahan konten Instagram dan *caption* yang dilakukan selama praktik kerja magang:

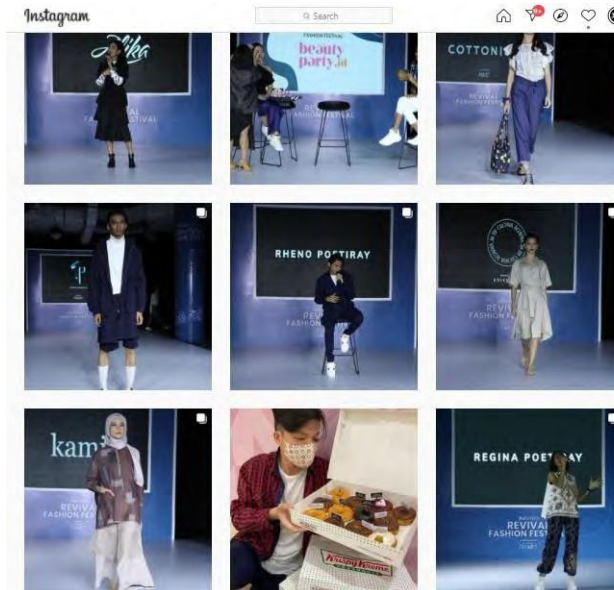
a. Pembuatan *caption*

Gambar 3. 1 *Konten feeds Instagram JFW (Live)*



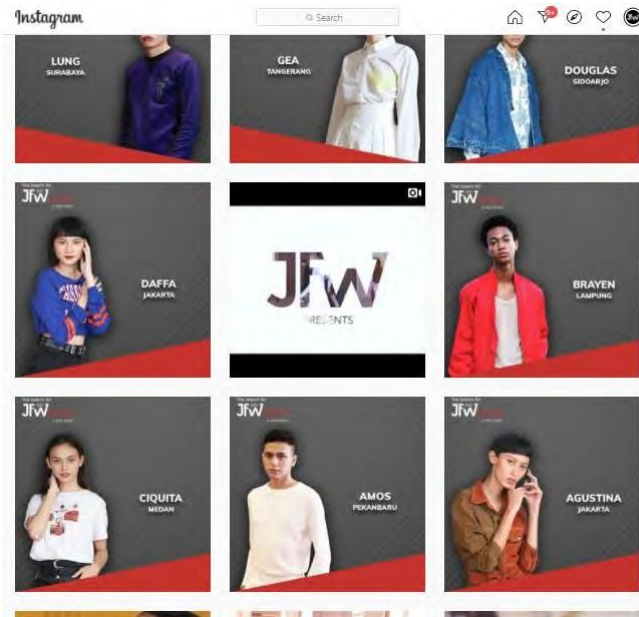
Sumber: [Instagram.com/jfwofficial](https://www.instagram.com/jfwofficial)

Gambar 3. 2 *Konten feeds Instagram JFW (setelah pre-event)*



Sumber: [Instagram.com/jfwofficial](https://www.instagram.com/jfwofficial)

Gambar 3. 3 *Konten feeds Instagram JFW (Icons)*



Sumber: [Instagram.com/jfwofficial](https://www.instagram.com/jfwofficial)

Gambar 3. 4 Penggunaan *caption* hasil asistensi



Sumber: [Instagram.com/jfwofficial](https://www.instagram.com/jfwofficial)

b. Merespon *direct message* Instagram JFW

Gambar 3. 5 *Direct message* Instagram JFW



Sumber: Instagram.com/jfwofficial

Gambar 3. 6 Chat dengan user untuk menjawab DM Instagram JFW



Sumber: Dokumentasi pribadi

Kemudian, terdapat juga beberapa contoh *editorial plan*, desain konten yang menjadi tanggung jawab selama praktik kerja magang dalam mengelola media sosial Fashion Hub:

a. Pembuatan *editorial plan* Instagram

Gambar 3.7 *Editorial plan* Instagram Fashion Hub Lazada

CONTENT PLANNING (FEEDS)					
Feeds 1	<p>LAZADA BIG SALE 9.9 BRAND MEGA OFFER DISCOUNT 20% FOR SELECTED ITEMS ONLY ON 9-11 SEPTEMBER 2020</p> <p><i>Copywriting:</i> Today only! Lazada Big Sale 9.9 Brand Mega Offer Give your special discount 20% for selected items. Only on 9-11 September 2020! Check it out, because it's available only at 19.00 - 23.59. Go grab your treat!</p>	Feeds 2	<p>0-DAY! CASHBACK VOUCHER 15% DISCOUNT TERMS AND CONDITIONS APPLIED</p> <p><i>Copywriting:</i> It's the city! Lazada Big Sale 9.9 starts now! Go get your Cashback Voucher 10,000 on Lazada! Don't miss it out! Terms and Conditions applied</p>	Feeds 3	<p>LAZADA BIG SALE 9.9 DISCOUNT 15% ALL ITEMS 9-11 SEPTEMBER 2020</p> <p><i>Copywriting:</i> Start from today! Lazada Big Sale 9.9 give a special discount 15% for all items. Go get your treat! Don't forget to click the FashionHub icon to get their collections. Only for 9-11 September 2020!</p>
		<p>9.9 TO GET SPECIAL PROMO ON LAZADA BIG SALE 9.9 ONLY FOR 9-11 SEPTEMBER 2020</p> <p><i>Copywriting:</i> 3 days left to face the Lazada Big Sale 9.9! Prepare yourself to get a discount by purchasing FashionHub product in Lazada! Post: It's only valid for 9-11 September 2020. Go get your!</p>			
		<p>9.9 TO GET SPECIAL PROMO ON LAZADA BIG SALE 9.9 ONLY FOR 9-11 SEPTEMBER 2020</p> <p><i>Copywriting:</i> Are you craving for shopping? LAZADA give you a chance to get great deals on LAZADA Big Sale 9.9 on 9-11 September 2020! There's a hot offer. So what are you waiting for? Go check FashionHub page on Lazada!</p>			

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.8 *Editorial plan* content Instagram Fashion Hub

Editorial Plan - 18 Feeds - Agustus 2020			
	<p><i>Copywriting:</i> inspiration city outfit inspiration - Red satin blouse - High-waist white pants - White boots - Red hand bag</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CDQ7A3aIqTum_8v0t/</p>	<p>Genre Content</p> <p>Top</p>
	<p>24 Hours Challenge</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CDQ5DvP3aIqTum_8v0t/</p>	<p>Games</p>
	<p>BLACKPINK Which Character Are You?</p> <p> - White/Black/White tanktop - White sneakers, Black wide jeans, sunglasses, Emma Gomez, Summer dress, neck, sunglasses, ring bag - Ariana Grande (Overhead braided, colored pants, white sneakers)</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CDQ7A3aIqTum_8v0t/</p>	
	<p>Which style personality are you?</p> <p> - Streetwear style - City style - Casual Chic style</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CDQ5DvP3aIqTum_8v0t/</p>	

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.9 Editorial plan Instagram Fashionlink Hub & Market

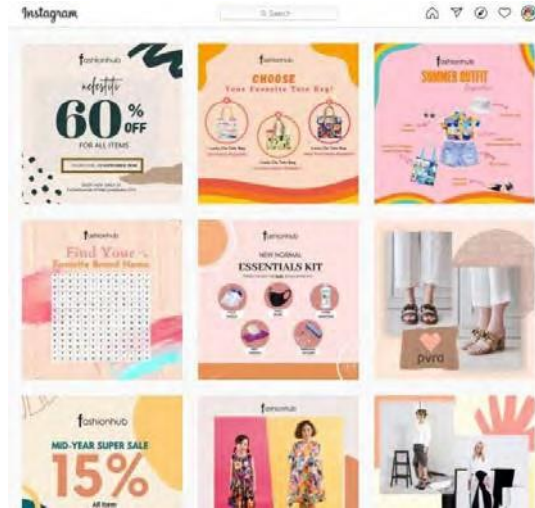
The image shows a spreadsheet titled "Editorial plan Instagram Fashionlink Hub & Market" with columns for dates and content. The dates listed are 17-25 October 2020, 18-25 October 2020, 19-25 October 2020, 20-25 October 2020, 21-25 October 2020, 22-25 October 2020, and 23-25 October 2020. The content includes photos of clothing displays and text such as "Fashionlink Hub & Market", "Untuk informasi lebih lengkap, Anda dapat menghubungi Chava C. Karim melalui email ke chava.ju@gmail.com", and hashtags like "#FashionlinkHubMarket" and "#JakartaFashionWeek".

Foto	Caption	Foto	Caption	Foto	Caption	Foto	Caption
	Fashionlink Hub & Market 17-25 October 2020 Senayan City Untuk informasi lebih lengkap, Anda dapat menghubungi Chava C. Karim melalui email ke chava.ju@gmail.com #FashionlinkHubMarket #JakartaFashionWeek		Fashionlink Hub & Market 17-25 October 2020 Senayan City Untuk informasi lebih lengkap, Anda dapat menghubungi Chava C. Karim melalui email ke chava.ju@gmail.com #FashionlinkHubMarket #JakartaFashionWeek		Fashionlink Hub & Market 17-25 October 2020 Senayan City Untuk informasi lebih lengkap, Anda dapat menghubungi Chava C. Karim melalui email ke chava.ju@gmail.com #FashionlinkHubMarket #JakartaFashionWeek		Fashionlink Hub & Market 17-25 October 2020 Senayan City Untuk informasi lebih lengkap, Anda dapat menghubungi Chava C. Karim melalui email ke chava.ju@gmail.com #FashionlinkHubMarket #JakartaFashionWeek
	Fashionlink Hub & Market 17-25 October 2020 Senayan City Untuk informasi lebih lengkap, Anda dapat menghubungi Chava C. Karim melalui email ke chava.ju@gmail.com #FashionlinkHubMarket #JakartaFashionWeek		Fashionlink Hub & Market 17-25 October 2020 Senayan City Untuk informasi lebih lengkap, Anda dapat menghubungi Chava C. Karim melalui email ke chava.ju@gmail.com #FashionlinkHubMarket #JakartaFashionWeek		Fashionlink Hub & Market 17-25 October 2020 Senayan City Untuk informasi lebih lengkap, Anda dapat menghubungi Chava C. Karim melalui email ke chava.ju@gmail.com #FashionlinkHubMarket #JakartaFashionWeek		Fashionlink Hub & Market 17-25 October 2020 Senayan City Untuk informasi lebih lengkap, Anda dapat menghubungi Chava C. Karim melalui email ke chava.ju@gmail.com #FashionlinkHubMarket #JakartaFashionWeek

Sumber: Dokumentasi Pribadi

b. Penyusunan dan desain konten

Gambar 3. 10 Tugas Desain konten Instagram Fashion Hub

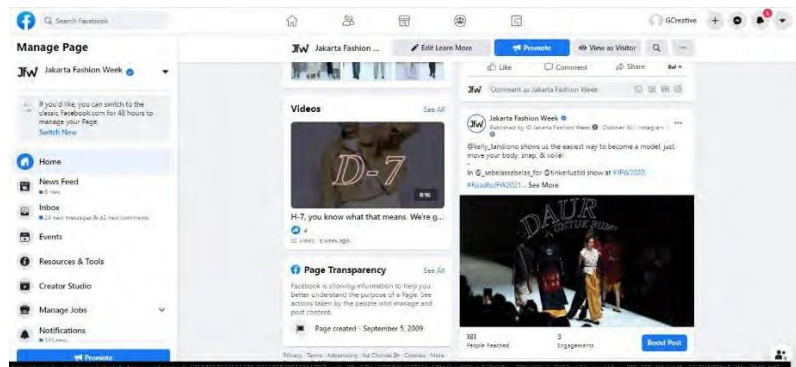


Sumber: Instagram.com/fashionhubgram

Berikutnya, contoh unggahan pada Facebook dan Twitter Jakarta Fashion Week, serta *content planning* artikel yang telah dibuat beserta *caption*.

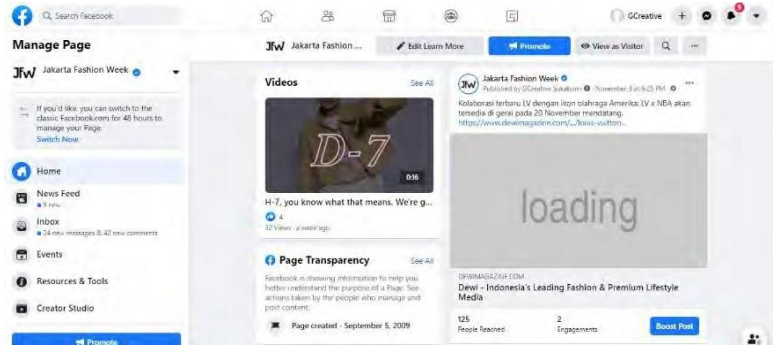
a. Postingan Facebook dan Twitter JFW

Gambar 3. 11 Facebook Jakarta Fashion Week (Feeds)



Sumber: Facebook Jakarta Fashion Week

Gambar 3. 12 Facebook Jakarta Fashion Week (DEWI)



Sumber: Facebook Jakarta Fashion Week

Gambar 3. 13 Content Planning Facebook dan Twitter Jakarta Fashion Week

Date	Time	Caption	Content	Checklist	Approval
Nov 2	18:00	Kolaborasi terbaru, LV dengan film animasi terbaru, LV x V&A akan tersedia di gerai pada 20 November mendatang. https://www.dewimajalah.com/.../kolab-herbana-ii			Final
Nov 3	20:00	Perayaan penutupan dengan berbagai pameran ke-11 @JakartaFashionWeek			
Nov 4	18:00	Kolaborasi terbaru, LV dengan film animasi terbaru, LV x V&A akan tersedia di gerai pada 20 November mendatang. https://www.dewimajalah.com/.../kolab-herbana-ii			
Nov 5	18:00	Kolaborasi terbaru, LV dengan film animasi terbaru, LV x V&A akan tersedia di gerai pada 20 November mendatang. https://www.dewimajalah.com/.../kolab-herbana-ii			
Nov 6	18:00	Kolaborasi terbaru, LV dengan film animasi terbaru, LV x V&A akan tersedia di gerai pada 20 November mendatang. https://www.dewimajalah.com/.../kolab-herbana-ii			
Nov 7	18:00	Kolaborasi terbaru, LV dengan film animasi terbaru, LV x V&A akan tersedia di gerai pada 20 November mendatang. https://www.dewimajalah.com/.../kolab-herbana-ii			

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3. 14 Twitter Jakarta Fashion Week (Feeds)



Sumber: Twitter Jakarta Fashion Week

Gambar 3. 15 Twitter Jakarta Fashion Week (DEWI)



Sumber: Twitter Jakarta Fashion Week

3.1.2. Media Relations

Dalam menjalankan tanggung jawab untuk *media relations* ini dibutuhkan keahlian dalam membuat sebuah konten berbentuk tulisan untuk dibagikan kepada rekan media seperti pembuatan artikel, *press release*, mencari *contact person* dan mengontak media untuk keperluan *event*, maupun *script* Instagram Live yang akan digunakan pada media sosial Jakarta Fashion Week.

Jakarta Fashion Week memiliki aplikasi dan website yang berguna untuk menaikkan artikel yang telah dibuat untuk dibaca oleh masyarakat melalui web Jakarta Fashion Week. Artikel yang dibuat berdasarkan kegiatan yang sedang berlangsung seperti, *JFW Model Search Web Series*, *Revival Fashion Festival*, *Event Beautyparty*, dan masih banyak lagi. Terdapat beberapa artikel yang telah dikerjakan selama praktik kerja magang dengan judul *Inspirasi Makeup dan Skincare untuk Hadapi New Normal*, *Tantangan Foto Penuh Drama dari Samuel Rizal untuk Finalis JFW 2021 Icons*, *Tantangan Terakhir yang Unik untuk Finalis JFW 2021 Icons*, serta *Artikel JFW Podcast eps. 6 Major Minor*. Tanggung jawab yang diberikan dalam *content writing* ini tidak hanya membuat artikel mengenai kegiatan yang sedang berlangsung, namun juga

membuat *press release* untuk diberikan kepada rekan media, serta membuat *script* untuk Instagram Live JFW x Rentique.

Sejalan dengan perkembangan teknologi saat ini, kebutuhan akan teknologi juga meningkat, termasuk bagi industri mode seperti Jakarta Fashion Week yang membutuhkan masyarakat untuk *aware* terhadap kelangsungan acara yang telah dipersiapkan. Kemudian, butuhnya juga akses bagi masyarakat yang tidak mengikuti *event* secara langsung untuk mengetahui kegiatan yang sedang diadakan melalui pembuatan artikel yang akan di *publish* secara umum melalui website Jakarta Fashion Week secara langsung.

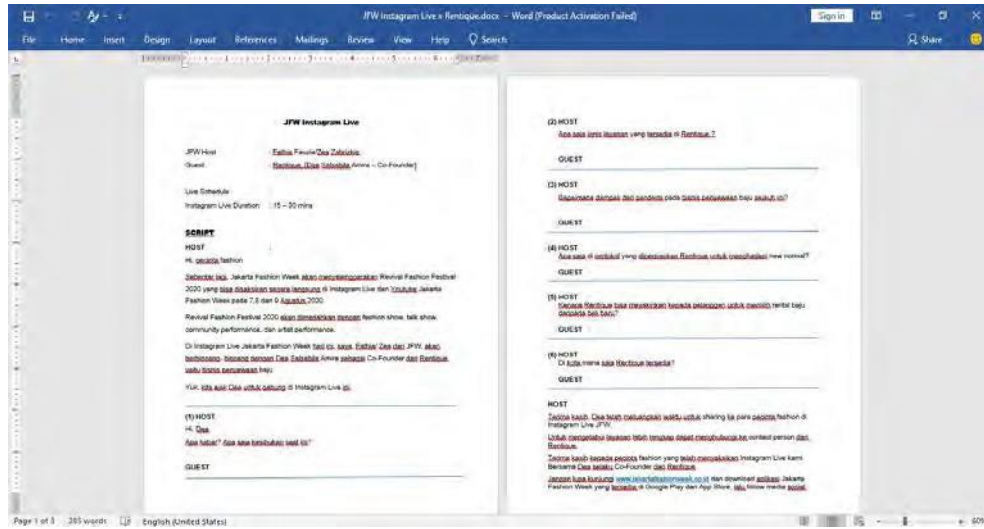
Berikut merupakan bukti pekerjaan yang diberikan selama praktik kerja magang di Jakarta Fashion Week:

Gambar 3. 16 Artikel Finalis JFW Icons Web Series



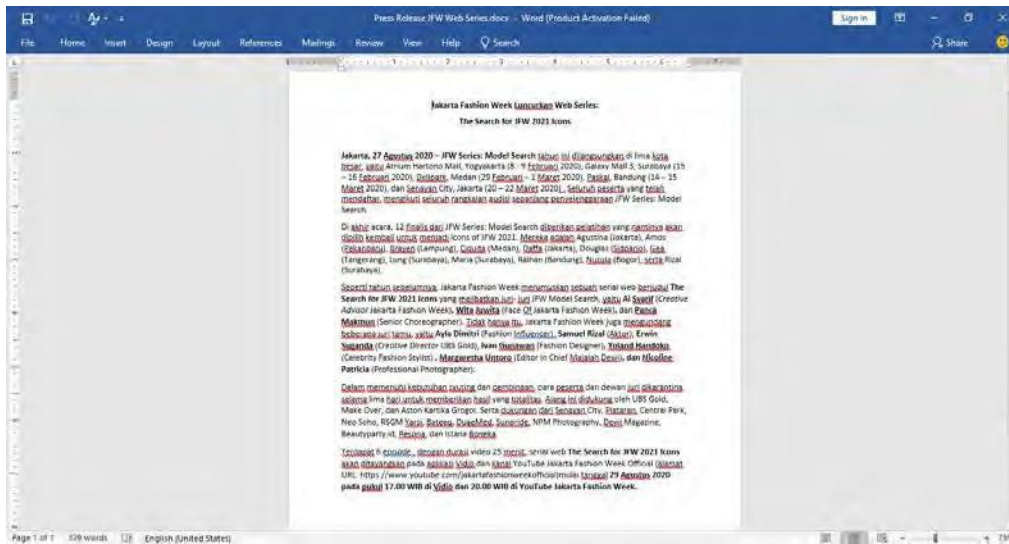
Sumber: www.jakartafashionweek.co.id

Gambar 3. 17 Script Instagram Live JFW x Rentique



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3. 18 Press Release the Search for JFW 2021 Icons



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berdasarkan konsep diatas mengenai manajemen media sosial menurut Taprial & Kanwar (2012) dalam pelaksanaan praktik kerja magang di Jakarta Fashion Week ini sudah cukup melibatkan pengelolaan kampanye media untuk mempromosikan event Jakarta Fashion Week 2021 tersebut. Hal ini dapat dilihat melalui pengembangan

strategi media seperti penyusunan konten dengan *caption* yang menarik dan penjadwalan unggahan yang sesuai agar mengenai target yang dituju. Kemudian menerapkan strategi yang telah ditentukan di dalam media sosial, serta memantau *insight* dan *engagement* yang didapat dari media sosial mengenai konten yang telah diunggah agar dapat mengetahui pengaruh yang telah didapatkan oleh Jakarta Fashion Week selama pengunggahan konten yang telah ditentukan.

4. Kendala dan Solusi selama Praktik Kerja Magang

Selama pelaksanaan praktik kerja magang, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, seperti:

1. Pemberian *brief* yang kurang mendetail mengenai konten yang akan dibuat untuk media sosial, sehingga mengurangi efektivitas dan efisiensi waktu dalam pembuatan konten tersebut.
2. Kurang adanya patokan waktu bekerja, sehingga dapat diberikan tugas secara mendadak di waktu kapanpun. Walaupun Jakarta Fashion Week memiliki waktu yang fleksibel dalam bekerja, namun hal ini tetap menjadi sebuah kendala. Karena terkadang juga masih memiliki pekerjaan dari media sosial lain, maupun urusan diluar pekerjaan.

Solusi yang diberikan dari kendala yang dimiliki ini, yaitu:

1. Pemberian *brief* mengenai konten untuk media sosial akan diminta untuk lebih mendetail mengenai poin yang harus ada dalam konten media sosial tersebut, sehingga tidak menghabiskan waktu untuk mengulang lebih banyak.
2. Pemberian batasan waktu oleh kedua pihak, *intern* maupun *user*. Sehingga, jika terdapat pekerjaan yang diberikan setelah batasan waktu tersebut, akan dilaksanakan keesokan harinya, sehingga menimbulkan rasa saling menghargai waktu bagi *intern* maupun *user*.