

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis menjalankan masa praktik kerja magang di Kanoo Studio selama total 60 hari kerja, yang terhitung dari 24 Agustus 2020 hingga 30 November 2020. Setelah diterima menjadi karyawan *internship* di Kanoo Studio, penulis ditempatkan di divisi *Social Media Specialist* di bawah *supervise* Ibu Sally Puspita selaku *Social Media Specialist Manager* dan juga di bawah arahan Ibu Adeline selaku *Account Executive Manager*.

Social Media Specialist berkoordinasi langsung dengan divisi *Account Executive* yang memberikan *briefing* mengenai tema atau *campaign* apa yang ingin diangkat oleh klien pada bulan selanjutnya. Setelah mengajukan konten dan mendapatkan *approval*, *Social Media Specialist* berkoordinasi dengan divisi *Graphic Designer (Visual)* untuk membuat *visual* dari *create content* yang sudah diajukan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan penjabaran tugas yang dikerjakan oleh penulis selama 60 hari kerja magang di divisi *Social Media Specialist* Kanoo Studio:

Tabel 3.1 Uraian Tugas Penulis

No	Jenis Pekerjaan	Uraian	Agustus	September				Oktober				November			
			4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
1	Social Media Specialist	Daily Post Instagram Klien													
		Merencanakan konten Pesca Gelato Bar													
		Membuat caption Pesca Gelato Bar													
		Membuat caption Baso Aci Jadian													
		Merencanakan konten Lucky Juice													
		Membuat caption Lucky Juice													
		Merencanakan konten Sneakers4play													
		Membuat caption Sneakers4play													
		Merencanakan konten Sarasa													
		Membuat caption Sarasa													
		Merencanakan konten Yuk Masak													
Membuat caption Yuk Masak															
2	Photoshoot Assistant	In-Charge Photoshoot Yuk Masak													
		In-Charge Photoshoot Roma Sari Gandum													
		In-Charge Photoshoot Lucky Juice													
		In-Charge Photoshoot Sneakers4play													
3	Performance Ig Ads	Mencatat promotion insights setiap ig klien (Pesca, Baso Aci, Lucky Juice, Sneakers4play, Sarasa, dan Yuk Masak)													

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang di tengah keadaan Covid-19, sehingga lebih sering bekerja dari rumah saja atau *Work From Home* (WFH). Penulis berkomunikasi dengan rekan kerja secara daring atau *online*. Kemudian, untuk penyerahan hasil tugas yang diberikan selama kerja magang di Kanoo Studio kepada klien dilakukan melalui sebuah aplikasi bernama Trello. Aplikasi Trello ini memudahkan klien untuk melihat progres *preview* konten dan juga dapat bertukar pikiran bersama.

Gambar 3.1 Tampilan Aplikasi Trello



Sumber: Aplikasi Trello – Kanoo Studio

3.3.1 Digital Marketing

Menurut Chaffey dalam ES., Rahmi, & Aditya (2017, p. 7) bahwa *Digital Marketing* merupakan penggunaan aktivitas pemasaran yang berbasis teknologi 4.0 guna membantu meningkatkan pengetahuan suatu *brand* kepada konsumen dengan menyesuaikan kebutuhannya. *Digital Marketing* menjadi salah satu alat dalam melakukan strategi *marketing* dalam menggunakan *platform* internet dan media sosial.

Adapun *platform* yang dapat digunakan dalam Digital Marketing menurut Stokes dalam Abiyyuansyah, Kusumawati, & Irawan (2019, p. 80), antara lain *Search Advertising, Affiliate Marketing, Social Media, Search Engine Optimization, Online Advertising, Video Marketing, dan E-Mail Marketing*. Kanoo Studio pun menggunakan berbagai *platform* dalam *digital marketing* antara lain, *photography marketing, videography marketing, dan juga social media marketing* guna untuk meningkatkan *awareness* suatu *brand* kepada *customer*.

- *Social Media Marketing*

Menurut (Gunelius, 2011) bahwa *social media marketing* merupakan bentuk pemasaran langsung maupun tidak langsung untuk membangun *awareness*, ingatan, kesadaran, dan tindakan bagi sebuah bisnis, *brand*, produk, dan juga perorangan yang menggunakan alat seperti *blogging, social networking, dan content sharing*.

Pada saat praktik kerja magang sebagai *social media specialist* Kanoo Studio, merancang konten dan membuat *caption* untuk setiap akun media sosial klien merupakan sebuah komunikasi pemasaran melalui sebuah konten. Namun, tidak hanya sekedar untuk pemasaran produk saja melainkan juga untuk membangun hubungan antar pelanggan, sehingga dapat terciptanya *brand awareness* yang positif dan juga dapat mempelajari perilaku *customer* maupun *kompetitor*.

3.3.2 Content Marketing

Menurut Kotler, Kartajaya, & Setiawan (2017, p. 121), *content marketing* merupakan suatu strategi pemasaran melalui sebuah konten dari merancang, merencanakan, membuat, dan menghasilkan konten yang kekinian dan relevan dengan target pasar sehingga dapat menarik perhatian untuk menciptakan sebuah interaksi dan komunikasi.

Penulis merancang konten pemasaran klien Kanoo Studio selama satu bulan ke depan, agar dapat menarik calon *customer* ataupun *customer* tetap klien. Di Kanoo Studio, kegiatan ini dinamakan “*create content*” penulis melakukan *briefing* mengenai *brand*, mempelajari *brand*, produk apa saja yang dijual oleh klien, mencari tahu *brand* serupa atau *brand* pesaing agar mengetahui konten apa saja yang sesuai untuk *brand* klien dan target pasar klien.

Penulis memegang beberapa klien di Kanoo Studio, antara lain Pesca Gelato Bar, Baso Aci Jadian, Lucky Juice, Sneakers4Play, Sarasa.id, dan Yuk Masak. Sebelum merancang konten, harus mengetahui berapa banyak konten dalam sebulan untuk per kliennya. Pada umumnya, jumlah konten yang dirancang untuk satu bulan 15 konten yang digunakan oleh Pesca Gelato Bar dan Yuk Masak. Akan tetapi, adapun 21 konten (Sarasa.id) dan 30 konten (Lucky Juice dan Sneakers4Play) untuk per bulannya tergantung permintaan klien.

Begitu juga harus mengetahui berapa konten video yang digunakan klien dalam sebulannya dari jumlah konten tersebut. Untuk klien Sarasa.id dengan jumlah 21 konten termasuk 1 konten video, Lucky Juice dan Yuk Masak memilih menggunakan 2 konten video dari jumlah kontennya, sedangkan Pesca Gelato Bar memilih untuk menambahkan 1 konten video menjadi 16 konten yang digunakan dalam sebulannya. Adapun juga beberapa klien yang

meminta *Ig Story Promotion* tambahan diluar dari jumlah konten yang sudah ditentukan dari awal.














Setelah mengetahui jumlah kontennya, penulis membuat rancangan dengan menentukan tanggal *postingan* terlebih dahulu dengan melihat kalender di bulan selanjutnya untuk mengetahui apakah ada tanggal penting maupun Hari Nasional yang berhubungan dengan *brand* klien juga memastikan meng-*upload* secara konsisten dalam per bulannya.

Kemudian, merancang konten yang sesuai dengan tanggal yang ditentukan, membuat konten *up to date*, dan memberikan referensi konten yang diinginkan agar dapat dipahami oleh tim *visual*. Berikut beberapa contoh *create content* yang dibuat oleh penulis.

Gambar 3.2 *Create Content* Pesca Gelato Bar Oktober

			Video Story IG Pesca Oktober: Eskrim Stik	Foto Produk Pesca Gelato Candy DSC09940	1 bulan	30 Oktober 2020
			Foto Produk Pesca Gelato Ice Cream DSC00052	Ilustrasi Sumpah Pemuda	Foto Produk Pesca Gelato Candy DSC09926	29 Oktober 2020 28 Oktober 2020 23 Oktober 2020
			Foto Produk Pesca Gelato Ice Cream di Pint Size DSC09902 (SETENGAH FOTO)	Foto Produk Gelato Ice Cream di Pint Size DSC09891 (SETENGAH FOTO)	Ilustrasi orang sedang makan eskrim stik	21 Oktober 2020 20 Oktober 2020 19 Oktober 2020
	00107, 00108, 00109, 00111 MTS		Foto Produk Rum Regal Tart DSC00017	Video Ice Cream Stik	Foto Produk Burger Ice Cream DSC00025	16 Oktober 2020 14 Oktober 2020 12 Oktober 2020
			Foto Produk Pesca Assorted Mini Gelato Stik DSC09996	Ilustrasi ulang tahun anak kecil bersama keluarga dengan kue abjad pesca	Foto Produk Pesca Assorted Mini Gelato Stik DSC00021	9 Oktober 2020 8 Oktober 2020 7 Oktober 2020
			Foto Produk Butter Cookies Cheese Cream DSC09871	Ilustrasi keyboard lagi ngetik sebelumnya ada eskrim Pesca (Highlight tulisan PESCA)	Foto Produk Butter Cookies Cheese Cream DSC09887	5 Oktober 2020 2 Oktober 2020 1 Oktober 2020

Gambar 3.3 *Create Content* Lucky Juice Oktober

			Foto Produk DSC00026	Ilustrasi wanita sedang jogging bawa dognya sebelah tangannya sambil bawa lucky juice varian Heal All Juice	Foto Produk DSC06904	18 Oktober 2020	17 Oktober 2020	16 Oktober 2020
			Foto Produk DSC00027	Ilustrasi manfaat wortel, wording "Fact about Carrot" (Wortel mengandung kaya akan Vit A yang berfungsi untuk kesehatan mata kita, sebab bila kita kekurangan Vit A	Foto Produk DSC07061	15 Oktober 2020	14 Oktober 2020	13 Oktober 2020
https://id.pinterest.com/pin/600034350347222999/	https://id.pinterest.com/pin/31947478596105891/		Ilustrasi Lucky Juice Meal Plan, gambar jam dinding, di angka jam 7 ganti gambar botol varian Morning Energizer, jam 12 chicken bresst, jam 3 varian Tropical Healer, jam 6 salad,	Video Produk Heall All Juice	Ilustrasi fun fact Lemon, wording "Lemon Fun Fact" (Iris buah Lemon dan letakkan didalam kamar, aroma yang dihasilkan dapat membuat kamu merasa lebih rileks dan juga	12 Oktober 2020	11 Oktober 2020	10 Oktober 2020
			Foto Produk DSC06782, wording "Stay Healthy, Fullfil with Nutrition"	Ilustrasi dalam tas wanita ada gambar botol Lucky Juice varian Heal All Juice	Foto Produk DSC00034	9 Oktober 2020	8 Oktober 2020	7 Oktober 2020
https://id.pinterest.com/pin/60235713754609651/			Infografis, wording "Know Your Water" (gambar timun dibawahnya tulisan Cucumber 96% Water + gambar nanas dibawahnya tulisan Pineapple 87% water + gambar	Foto Produk DSC06970	Infografis "How to Boost your Immune System" 1. No Smoking 2. Light Exercise 3. Eat and Drink Lucky Juice Immune	6 Oktober 2020	5 Oktober 2020	4 Oktober 2020
			Ilustrasi pintu kulkas, ada produk Lucky Juice Lemon Secret, kanan kiri atas bawah makanan dan minuman lain jadi abu-abu warnanya	Foto Produk varian Immune Booster "What to Drink to boost your Immune" 1. Heall All Juice 2. Lemon Secret	Ilustrasi Hari Vegetarian Sedunia, wording "Happy Vegetarian Day" ada gambar Heal All Juice ditengah, dibawahnya tulisan (Once a Year Going Meatless and Save Animal)	3 Oktober 2020	2 Oktober 2020	1 Oktober 2020

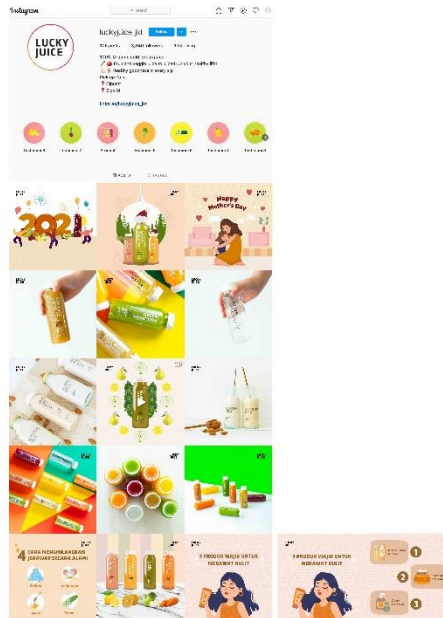
Setelah mengerjakan *create content* klien per bulan, penulis menyerahkannya kepada ‘Kak Sally’ selaku mentor dan *Social Media Specialist Manager* untuk mengajukan *approval*. Setelah mendapatkan *approval*, mengajukannya kepada Kak Adel selaku *Account Executive* untuk mendapatkan *feedback* dari klien. Kemudian setelah mendapatkan *feedback* yang baik, penulis meneruskannya ke tim desain untuk mengerjakan *visual* konten tersebut.

Tim desain memberikan hasil dari *create content* yang telah dirancang menjadi *preview* Instagram klien. Kemudian, dimasukkan ke Trello untuk mendapatkan *feedback* dan *approval* klien. Berikut beberapa contoh *preview* Instagram klien.

Gambar 3.4 *Preview Instagram Pesca Gelato Bar Oktober*



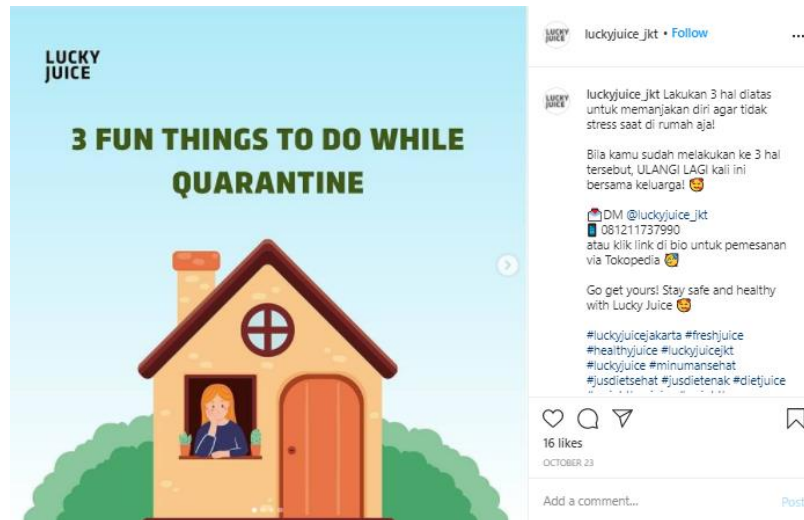
Gambar 3.5 *Preview Instagram Lucky Juice Desember*



Tidak hanya memaparkan produk-produk klien melainkan juga membuat konten-konten yang interaktif, antara lain *product promotion*, *video promotion*, *greeting card*, infografis, ilustrasi, *fun fact*, *mini games*, dan juga *giveaway*.

Sebagai contoh, klien Lucky Juice yang biasanya hanya mem-posting minuman *cold pressed juice*, kini juga mem-posting konten *tips & trick* yang menyesuaikan kondisi terkini dengan menyisipkan logo *brand* atau produk pada setiap postingannya. Berikut merupakan salah satu contoh konten interaktif Lucky Juice.

Gambar 3.6 Contoh Konten Interaktif Lucky Juice



Sumber: Instagram Lucky Juice

Tidak hanya seputar konten di atas, penulis juga memanfaatkan fitur *ig story* dari Instagram untuk me-repost konten *review* dari *customer* klien dan membagikannya kembali yang kemudian disimpan di *highlight* sebagai *review customer*.

Gambar 3.7 Contoh *Repost Review Customer Lucky Juice*



3.3.3 Copywriting

Caption yang menarik dan kreatif merupakan hal yang penting sekali untuk melengkapi konten strategi pada media sosial. Caption merupakan fitur yang bertujuan untuk memberikan keterangan atas konten yang diposting. Kegiatan ini dapat dikatakan sebagai copywriting. Menurut Agustrijanto dalam Putri, Hartati, & Purwinarti (2017, p. 134) *copywriting* adalah suatu karya tulis yang kreatif, dimana dapat menggugah, mempersuasi, dan menarik pembaca.

Pada caption, pengguna dapat menuliskan apapun, dapat menggunakan fitur arroba (@) untuk menyebutkan akun pengguna lain, dan dapat menggunakan hashtag (#) untuk memudahkan pencarian.

Penggunaan *hashtag* yang benar dan tepat pada setiap postingan merupakan suatu keharusan untuk dapat lebih mudah dilihat dan dicari oleh calon *customer*. Menurut Quesenberry (2019, p. 148), penggunaan *hashtag* penting, apalagi menggunakan

hashtag yang sedang tren atau yang digunakan oleh banyak orang dan relevan dengan konten dapat mendorong untuk menambah *followers* baru, *visit page* langsung ke *profile* media sosial maupun *website*.

Penulis juga membuat *caption* dengan *hashtag* yang sesuai dengan konten. *Caption* yang dibuat harus menarik, mempersuasi, dan mengedukasi produk-produk klien. Penggunaan bahasa dalam *caption* juga harus disesuaikan dengan *target market* klien. Berikut merupakan salah satu contoh *caption* dan *hashtag* yang penulis buat.

Gambar 3.8 Contoh *Caption* dan *Hashtag* Yuk Masak



Setelah *caption* dan *hashtag* yang dikerjakan telah di *approve* oleh Kak Sally, penulis mengajukannya kepada klien melalui Trello untuk mendapatkan *feedback*. Lalu, mulai *posting* sesuai dengan jadwal tanggal yang telah ditentukan dan dirancang pada *create content* dengan konten dan *caption* yang sudah di *approve*.

Penulis juga dimintai untuk mencatat *promotion insights* dari setiap *posting-an* yang sudah di *promote* oleh Kak Adel selaku *Account Executive*, baik dalam bentuk *feeds* maupun *ig story* dalam

dua minggu sekali. Yang disebut sebagai “*Performance Ads Ig*” dengan mencatat *spend money, like, comment, saved, promotion clicks, visit profile, visit website, people reached, impression, dan follow*. Kemudian, diteruskan kepada Kak Adel untuk dianalisis dan dievaluasi.

Gambar 3. 9 *Performance Ads Ig* Pesca Gelato Bar

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
44	FEED	Spend	Rp2,929	Rp3,930	Rp13,227	Rp4,602	Rp4,730	Rp13,653	Rp6,271	Rp5,602	Rp30,000
45		Like	40	85	248	103	113	159	97	96	102
46		Comment	0	0	0	0	0	0	0	0	0
47		Saved	4	5	9	12	6	3	1	0	40
48		Promotion Clicks	0	0	4	0	1	5	0	0	124
49		Visit Profile	6	5	13	9	17	9	2	5	135
50		Visit Website	1	1	-	-	-	-	-	-	3
51		People Reached	816	943	1491	1051	1238	2298	1016	1034	30195
52		Impression	904	1057	1683	1160	1406	2668	1132	1132	33626
53		Follow	0	0	0	0	0	0	0	0	4
55	IG STORY	Okt-20	2 Okt 2020	5 Okt 2020	7 Okt 2020	8 Okt 2020	12 Okt 2020	14 Okt 2020	15 Okt 2020	20 Okt 2020	22 Okt 2020
56		Spend	Rp39,997	Rp6,233	Rp19,985	Rp29,975	Rp29,983	Rp13,145	Rp8,570	Rp20,000	Rp20,000
57		Promotion Clicks	70	50	110	72	96	30	35	41	48
58		Visit Profile	76	55	114	75	98	31	39	46	52
59		Visit Website	5	2	0	5	4	3	1	1	-
60		People Reached	6514	1756	4704	7569	5515	2052	4645	4243	3720
61		Impression	7237	1809	5011	7911	5794	2102	4767	4476	4051
62		Follow	1	2	2	3	7	1	0	1	3

3.4 Kendala yang Ditemukan

Berikut merupakan kendala yang ditemukan penulis di divisi *Social Media Specialist* sebagai berikut:

1. Akibat klien yang bertambah banyak, namun, jumlah tim *Social Media Specialist* dalam jumlah yang sama, menyebabkan penumpukkan tugas dan tidak maksimal dalam pengerjaannya.
2. Respon klien terlalu lama sehingga menyebabkan mundurnya jadwal yang sudah ditetapkan.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang dihadapi oleh penulis selama praktik kerja magang di Kanoo Studio adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya ada pembagian divisi pada tim *Social Media Specialist* yaitu, divisi Content Strategy dan Copywriting sehingga pekerjaan tugas menjadi lebih fokus dan maksimal.
2. Bersikap lebih tegas dan selalu mem-*follow up* klien tersebut agar dapat terlaksanakan sesuai dengan jadwal yang sudah ditetapkan.