BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Saat melaksanakan kegiatan kerja magang ini selama 71 hari kerja di 2ICONS Management sebagai *social media specialist intern* yang merupakan salah satu bagian dari tim *marketing*. Penulis ditugaskan bertanggung jawab akan konten media sosial yang dimiliki oleh 2ICONS khususnya pada Instagram dan tergabung menjadi salah satu anggota produksi pada *project* 2ICONS TV. Dapat dikatakan penulis merupakan tim produksi *social media marketing* dari media sosial Youtube dan Instagram yang dimiliki oleh 2ICONS.

Penulis ditempatkan pada divisi *marketing* dengan sub divisi *social media specialist* dengan salah satu *jobdesc* yang penulis kerjakan yaitu tim produksi dari *social media marketing*, sesuai dengan program studi juga peminatan yang diambil oleh penulis yaitu *marketing communication*. Program magang yang diikuti oleh penulis langsung dibimbingan oleh pembimbing lapangan penulis bernama Anggi Wirya Diputra selaku pemiliki dari 2ICONS Management.

Tim produksi *social media marketing* dalam 2ICONS sendiri memiliki fungsi sebagai tim yang bertugas untuk bertanggung jawab atas pembuatan konten yang telah disepakati bersama sebelunya. Adanya *social media marketing* sendiri berfungsi untuk meningkatkan aktivitas serta *engagement* pada media sosial yang dimiliki oleh 2ICONS, berkaca dari zaman sekarang yang di mana banyak perusahaan sudah mulai gencar melakukan pemasaran melalui media sosial yang dimiliki dengan menyajikan konten menarik dan informatif. Dalam tim produksi *social media marketing* ini penulis memiliki beberapa *jobdesc* seperti membuat ide kasaran dari *crative brief* konten yang ingin dibuat, *brainstorming* ide-ide yang sekiranya dapat dibuat untuk konten selanjutnya, *content creator*,

dan *assistant videographer* saat pada hari H pengambilan konten video dilakukan.

Dalam menjalankan tugas sebagai tim produksi dari *social media marketing*, penulis tergabung dalam sebuah grup Whatsapp yang memudahkan para anggota untuk melakukan diskusi. Dan biasanya kami selaku tim produksi akan melakukan *zoom meeting* yang di dalamnya berisikan aktivitas *brainstorming* ide dan mengoreksi apa yang dapat dipeerbaiki, melihat dari kekurangan yang ada di produksi sebelumnya. Kegiatan evaluasi sendiri sebetulnya tidak menentu, tetapi evaluasi pada akhir pengambilan konten sekiranya sudah dirasa cukup merupakan kegiatan wajib tim produksi untuk dilakukan. Jika terdapat hal yang tidak sempat tersampaikan, maka akan dilakukan evaluasi via *zoom meeting*.

Sebelum memulai hari pertama magang dimulai, penulis lebih dahulu diberi pengarahan mengenai pekerjaan apa saja yang akan penulis kerjaan, sistem kerja, aturan busana, jam kerja, dan aturan lainnya yang harus ditaati oleh penulis. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh penulis saat berada di lapangan (kantor) selalu dalam pegawasan pembimbing lapangan. Penulis tidak selalu dalam bimbingan pembimbing lapangan, guna untuk melatih *teamwork*, inisiatif, tanggung jawab, serta kemandirian penulis. Setiap pekerjaan yang dikerjakan oleh penulis, akan selalu di evaluasi pada setiap hari atau minggunya setelah jam kerja selesai.

3.2 Tugas yang Dilaksanakan

Tugas yang penulis lakukan selama melaksanakan program magang di 2ICONS Management secara keseluruhan merupakan beberapa pekerjaan yang umumnya dilakukan oleh *social media specialist* dan *marketing* seperti membuat konten, membuat perencanaan konten sosial media, membuat *caption*, membuat *pr package*, *approach* klien, dan membantu divisi lainnya seperti mengurus kontrak kerjasama antara model dan pihak 2ICONS. Kegiatan *social media content plan* selalu dilakukan pada setiap akhir bulan untuk keperluan bulan selanjutnya.

Tabel 3.1 Aktivitas Kerja Magang

Kegiatan	Jenis Kegiatan	Aug				Sept				Oct			Nov			Ket.
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Social Media Marketing	1. Membuat konten *photo publishing tools*	✔				✔	✔			✔	✔	✔	✔		✔	Hari Literasi, Hari Perdamaian, Hari *charity*, Belajar *Re-touch* Hasil Foto, Hari Kopi, Konten Berbagi, Hari Batik, Infografik Kesehatan Mental, *CompCard*, Hari Sumpah Pemuda, *Another Models from Another Agency*, Kuis *Find Our Models Names*, dan Hari Natal.
	2. Membuat konten *video publishing tools*	✔	✔	✔			✔		✔	✔					✔	Video *slideshow*, Video profil model, Video pengenalan para *talent*, Video *Casting Call*, Video *End Screen* 2ICONS TV, *Shooting* 2ICONS TV, *Editing (color grading* dan *teaser* 2ICONS TV*)*, dan *Editing* video pembukaan Jakarta Fashion Week.
	3. Rapat tim produksi 2ICONS TV					✔										Rapat dan mempersiapkan kebutuhan 2ICONS TV
Social Media Specialist	1. Membuat Perencanaan Konten Media Sosial		✔													Membuat *Social Media Content Plan*
	2. Pengelolaan Media Sosial				✔											Membuat *press release*, Membuat akun media sosial 2ICONS Polaroids, dan Membuat logo akun 2ICONS Polaroids.
Copywriter	Membuat *Copywriting* Keperluan Cetak dan *Ditigal*							✔					✔	✔		Membuat *caption welcoming* pada Instgram dan Membuat ucapan terima kasih untuk keperluan bingkisan akhir tahun.
CSR	Membantu Persiapan Acara Berbagi Bersama 2ICONS							✔								Berbagai Bersama 2ICONS merupakan acara berbagi yang rutin diadakan pada setiap tahunnya.
Model Department	1. Membantu Menyiapkan Kontrak Kerja Model							✔								Membantu menyiapkan keperluan perpanjangan kontrak kerja para *Talent*
	2. Membantu Menyiapkan Database Para Talent												✔		✔	Membantu membuat daftar nama para *talent*, Membuat kop surat dan *watermark* surat, Menyortir hasil foto Jakarta Fashion Week, dan membuat daftar akun media sosial para *talent* (2ICONS Management dan 2ICONS Development Board).
CRM	Membantu menyiapkan bingkisan akhir tahun untuk para klien													✔		Pemberian bingkisan akhir tahun atau *hampers* rutin dilakukan pada setiap tahunnya dan akan diberikan kepada para klien yang telah bekerjasama dengan 2ICONS dalam 1 (satu) tahun terakhir.
Account Excecutive (AE)	Membantu meng-approach klien melalui pesan (*direct message*) di Instagram								✔	✔	✔	✔				Penulis membantu mencari klien melalui Instgram 2ICONS Polaroids.

3.3 Pembahasan

3.3.1 Uraian Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Pemasaran media sosial atau *Social Media Marketing* merupakan sebuah aktivitas pemasaran yang menggunakan layanan daring (*online*) yang bertujuan untuk menjual dan mengembangkan hubungan yang ada antara perusahaan dan pelanggan atau klien. Selain itu penggunaan media sosial secara inovatif bertujuan untuk mecapai tujuan komunikasi serta pemasaran (Zimmerman, 2017, p. 14).

Dalam *social media marketing*, terdapat 4 cara utama menurut (Gunelius, 2011, p. 57) yang kerap disebut 4C's yang di dalamnya berisikan *content creation, content sharing, connections,* dan *community building*. 4C's ini cukup penting dalam merencanakan sebuah *social media marketing*. Karena dengan mengetahui hal tersebut, dapat memudahkan tim produksi untuk memetakan konten yang tepat sesuai dengan jenisnya. Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis tergabung dalam tim produksi *social media marketing* 2ICONS yang bergerak dalam hal *content creation* (Youtube) dan *content sharing* (Instagram). Berikut penjelasan mengenai *content creation*.

1. ***Content Creation***

Landasan utama dari sebuah pembuatan strategi *social media marketing* yaitu membuat konten yang baik. Karena dengan konten yang baik, perusahaan mendapatkan peluang untuk membuktikan bahwa perusahaan memiliki daya jual, suatu hal yang menarik, dan nilai yang berarti untuk dibagikan dalam kemasan konten, dengan hal itu membuat perusahaan dapat dipercaya (Gunelius, 2011, p. 59).

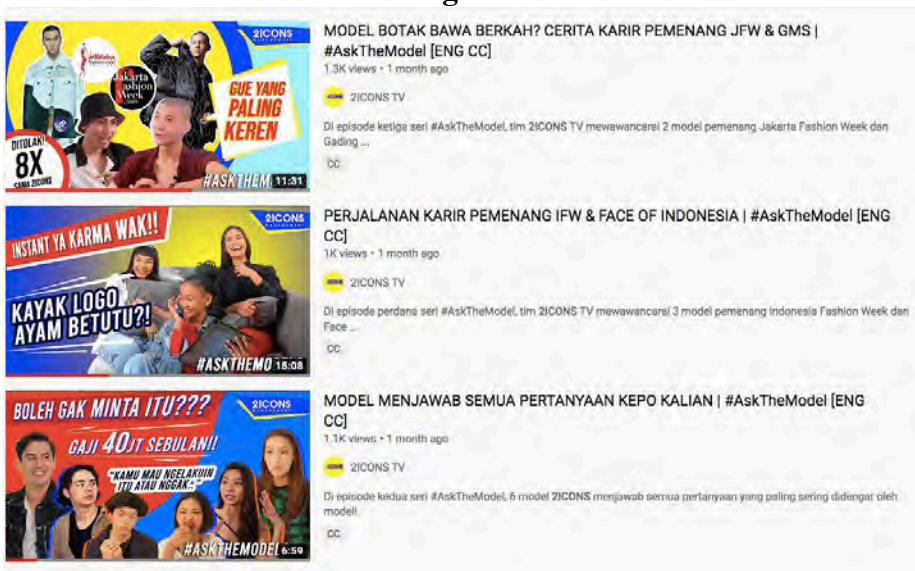
Pada dasarnya, tidak ada tipe konten khusus yang harus diunggah dan diterima di khalayak. Hal yang terpenting dalam pembuatan konten untuk platform *content creation* yaitu Youtube hanyalah nilai unik yang dapat merepresentasikan karakter dan nilai suatu perusahaan.

Membuat konten untuk Youtube tidak hanya untuk meningkatkan kredibilitas suatu perusahaan, tetapi juga untuk menjalin hubungan yang baik dengan khalayak agar mencapai titik *loyalty*. Semakin baik konten yang dibuat, semakin baik juga *feedback* yang akan diperoleh.

Dalam 2ICONS TV, terdapat berbagai macam konten baik itu konten *have fun* maupun konten serius untuk memberikan informasi. 4 konten pertama 2ICONS TV cukup serius karena kami bertujuan untuk memberikan informasi kepada warganet mengenai kehidupan dibalik sebuah *modelling*, bagaimana cara mendaftarkan diri sebagai model, syarat-syarat yang perlu diperhatikan, perjalanan karir para model 2ICONS yang sempat menang di beberapa kejuaraan, sejarah dibentuknya 2ICONS, hingga mewawancarai para karyawan 2ICONS.

Namun kedepannya, tim produksi 2ICONS TV akan menyajikan konten seru lainya seperti *challenge*, *daily vlog* seorang model, dll. Berikut beberapa video hasil produksi yang di mana penulis tergabung menjadi salah satu anggota dari tim produksinya.

Gambar 3.1 Konten Digital Youtube 2ICONS TV



Sumber: Dokumen Penulis

Penulis diberikan kesempatan untuk bergabung menjadi salah satu anggota dari tim produksi 2ICONS TV dalam beberapa konten pertama mereka. Sebetulnya, youtube *channel* 2ICONS TV sudah ada sejak 2016, tetapi hanya dijadikan sebagai wadah untuk mengunggah portofolio para model yang dalam bentuk video dan video *campaign* lainnya. Hingga pada 2020 ini, *owner* 2ICONS memustuskan agar youtube *channel* 2ICONS ini dapat dikelola dengan serius. Terinspirasi dari beberapa agensi model di luar negeri sana yang juga memiliki youtube *channel* yang sangat aktif untuk membuat konten, dan masih terbilang sangat jarang untuk agensi model Indonesia, *owner* 2ICONS memustuskan untuk segera membentuk tim produksi untuk menggarap *project* ini.

Dengan menjadikan sesi *#AsktheModels* sebagai konten pertama kami. Dengan tujuan melalui 3 video awal ini, warganet dan masyarakat lainnya yang penasaran akan kehidupan seorang model dapat terjawab. Konten video

pertama *#AsktheModels* menceritakan mengenai bagaimana cara menjadi seorang model, penghasilan seorang model, gaya hidup seorang model, dll. Lalu kedua video selanjutnya merupakan sebuah segmen mengenai cerita perjalanan beberapa model 2ICONS yang pernah memenangi kejuaraan model seperti menjadi Icon Indonesia Fashion Week, Face *of* Indonesia, Icon Jakarta Fashion Week, dan pemenang Gading Model Search. Pada segmen tersebut menceritakan perjalanan karir mereka dimulai dari bagaimana mereka bisa menjadi model hingga bagaimana mereka bisa menjadi pemenang dari sebuah kejuaraan model. Pada 3 (tiga) video dalam sesi ini, jumlah penonton mengalami peningkatan yang cukup signifikan menjadi 1000 – 1.300 penonton jika dibandingkan video pada 2019.

Dalam 2ICONS TV, penulis mendapatkan kesempatan untuk belajar bagaimana cara mengambil sebuah gambar untuk kepentingan video dengan baik, cara mengatur pencahayaan (*lighting*), dan sedikit belajar mengenai *editing* dan memberikan *subtitle* pada sebuah video.

2. *Content Sharing*

Tidak berbeda jauh dengan *content creation, content sharing* merupakan sebuah *platform* yang selain bertujuan untuk mengunggah sebuah konten, tetapi suatu perusahaan juga dapat membantu pihak lain baik klien maupun perusahaan lainnya untuk membagikan salah satu konten mereka untuk disebarkan kepada audiens yang perusahaan miliki. Dengan tujuan dapat menjangkau audiens lainnya dengan lebih luas.

Dengan cara membantu membagikan, merupakan bentuk suatu apresiasi dan menghargai konten yang mereka miliki. Karena dengan cara tersebut, membuka peluang baru bagi perusahaan untuk diingat oleh audiens. Semakin sering suatu perusahaan membantu atau mengahargai perusahaan dan atau klien lainnya, akan semakin banyak juga pihak yang akan membantu perusahaan tersebut untuk membagikan konten yang dimiliki. Hal ini dapat disebut sebagai hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.

Mengacu pada penjelasan Looy (2016, p. 30). Terdapat beberapa alat media sosial dengan berbagai macam tujuan seperti *social communities, text publishing tools, microblogging tools, photo publishing tools, audio publishing tools, video publishing tools, social gaming tools,* dan tipe media sosial lainnya seperti *virtual world, live casting,* dan *productivity*.

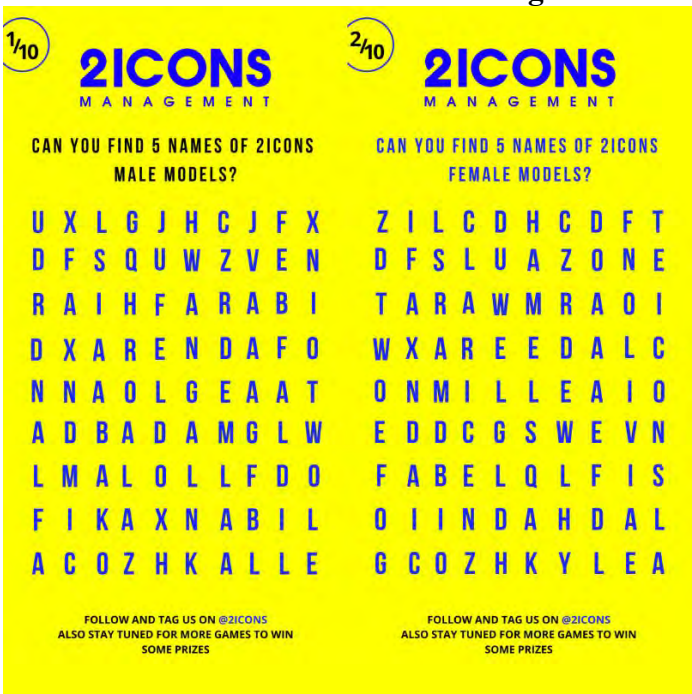
Pada kesempatan kerja magang lalu, penulis diberi kepercayaan untuk menjadi bagian dari tim produksi dibalik layar dari pengerjaan *photo publishing tools* yang mereka miliki.

Photo publishing tools merupakan suatu wadah atau alat yang dapat digunakan oleh masyarakat sebagai media penyebaran infromasi melalui sebuah foto atau gambar yang kerap dijadikan sebagai media untuk menyampaikan cerita. *Photo publishing tools* meliputi beberapa media seperti Pinterest, Instagram, Flickr, dll (Looy, 2016, p. 34).

Sedangkan yang penulis kerjakan selama melaksanakan kegiatan kerja magang yaitu membuat suatu konten untuk keperluan media sosial Instagram yang 2ICONS miliki. Berikut merupakan beberapa konten yang

penulis kerjakan baik untuk Instagram maupun Youtube Channel 2ICONS TV.

Gambar 3.2 Salah Satu Konten Instagram



Sumber: Dokumen Penulis

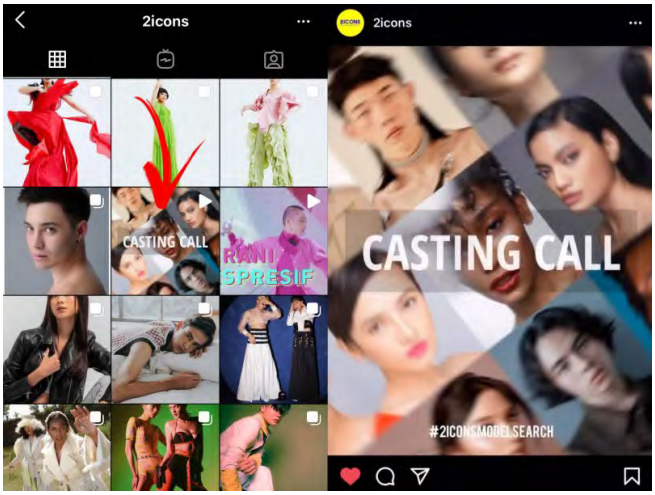
Konten di atas merupakan salah satu dari beberapa konten instagram yang penulis buat. Konten di atas merupakan konten berupa *games* Instagram *stories* yang mengajak para *followers* untuk menemukan beberapa nama *models* perempuan juga laki-laki dan bagi mereka yang terpilih akan mendapatkan hadiah dari 2ICONS.

Dalam melaksanakan program *games* ini memang mengambil sedikit unsur dari *sales promotion* dengan jenis *non-monetary sales promotion* dengan metode *contest*. Karena hadiah yang disediakan tidak akan diberikan secara cuma-cuma, melainkan mereka diharuskan untuk mem-*follow* Instagram 2ICONS dan menjawab *games* yang telah ada dengan cara melingkari namanya dan mengunggahnya

di Instagram *stories* dengan menyerkatan atau menandai *(tag)* akun Instagram 2ICONS. Dan bagi 5-10 orang pertama yang beruntung akan mendapatkan hadiahnya.

Selain membuat konten *digital* berupa foto atau gambar, penulis juga membuat konten *digital* untuk keperluan Instagram dengan bentuk video, seperti berikut.

Gambar 3.3 Konten Digital Instagram Berupa Video

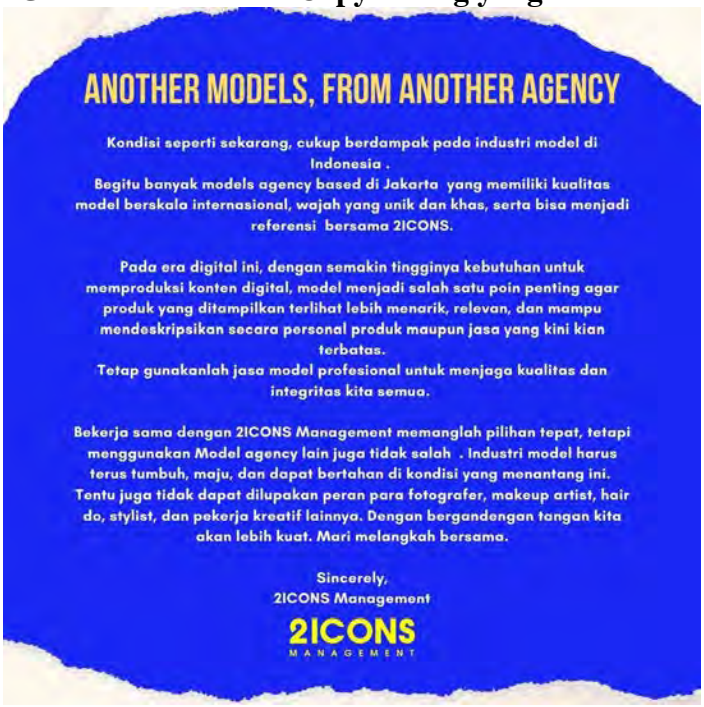


Sumber: Dokumen Penulis

Konten di atas merupakan salah satu konten *digital* dalam video untuk media sosial Instagram yang penulis buat. Konten di atas diperuntukan untuk memberikan informasi bahwa 2ICONS sedang membuka peluang kesempatan bagi mereka yang ingin menjadi *bagian dari* 2ICONS *models*. Selain mngerjakan keperluan *casting call*, penulis juga sempat diberi kepercayaan untuk membuat *digital content* untuk mengenai *slideshow* foto para model 2ICONS Development dan *digital content* dalam rangka menyemangati para model yang sedang mengikuti Jakarta Fashion Week.

Selain itu penulis juga membuat *copywriting* yang dikemas dalam bentu *visual*. *Copywriting* merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memberikan tulisan-tulisan yang mudah untuk dimengerti dan dapat menarik perhatian publik. *Copywriting* umumnya dilakukan secara bersamaan dengan periklanan, karena peran *copywriting* juga tidak kalah penting dengan peran visual dalam sebuah iklan atau konten. *Copywriting* juga dapat dijadikan sebagai pelengkap untuk menjelaskan dari sebuah visualisasi atau fenomena yang ada (Moriarty, 2011, p. 473).

Gambar 3.4 Bentuk Copywriting yang Penulis Buat



Sumber: Dokumen Penulis

Konten *copywriting* di atas penulis buat ditengah maraknya pendemi *Covid-19*, di mana beberapa perusahaan dari berbagai sektor menjadi imbasnya. Salah satunya adalah agensi model, dengan adanya pandemi ini pekerjaan untuk para model sedikit berkurang apada awal pandemi,

tetapi dengan seiring berjalannya waktu pekerjaan mulai berdatangan tentunya dengan menerapkan protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah juga pihak klien, seperti para model wajib memberikan surat keterangan sehat hasil *rapid test* sebelum menjalankan *photoshoot* atau *shooting*.

Terinspirasi dari beberapa perusahaan *food and beverages* yang telah lebih dulu melakukan hal ini seperti Burger King dan Suasana Kopi. 2ICONS memutuskan untuk melakukan hal yang sama dengan tema *Another Models, from Another Agency* dengan tujuan untuk men-*support* agensi lainnya yang juga terkena dampak pandemi dan tidak seberuntung 2ICONS yang masih terbilang cukup beruntung karena masih menerima pekerjaan dari berbagai macam klien. Dengan menekankan pesan memilih 2ICONS sebagai *partner* memang pilihan yang baik, tetapi menggunakan agensi lainnya juga bukan suatu hal yang salah. Di sisi lainnya, pada konten ini juga kami turut mendukung peran lainnya yang bersangkutan dengan pelaksanaan suatu kerjaan pada industri ini seperti fotografer, *make up artist*, *stylist*, juga *hair do*. Karena tanpa peranan mereka, *project* yang dilaksanakan pun tidak akan berjalan dengan lancar.

Dalam rangka meningkatkan jumlah pengikut di akun resmi media sosial Youtube terutama Instagram, 2ICONS selalu memperhatikan instight dan most active timer untuk mengetahui apakah strategi pendekatan yang dilakukan dengan para followers dinilai berhasil atau tidak. Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa strategi konten dengan bentuk yang lebih interaktif dianggap efektif untuk digunakan. Hal ini ditandai dengan adanya peningkatan jumlah subscribers juga followers di akun resmi Instagram

sebanyak kurang lebih 2000 hingga jumlah akhir mencapai 10.400 followers.

3.3.2 Kendala dan Solusi yang Ditemukan

a. Kendala yang Ditemukan

Selama menjalankan kegiatan kerja magang ini, penulis telah menemukan beberapa kendala seperti berikut:

1. Penulis merasa kesulitan saat mencari ide untuk kebutuhan konten untuk keperluan instagram pada saat awal bergabung dalam divisi marketing *owner* dari 2ICONS sudah mengatakan bahwa 2ICONS memang sedang membutuhkan seseorang yang bisa mengelola media sosial khususnya instagram yang dimiliki oleh 2ICONS. Dikarenakan orang yang sepat mengelola media sosial 2ICONS harus mengelola akun resmi Instgram Dvl.
2. Selain itu penulis juga sedikit mengalami kesulitan saat mencari juga menetapkan konsep media sosial guna untuk membuat *social media content plan* pada setiap bulannya.
3. Kesulitan terakhir yang dirasakan yaitu pada saat proses pembuatan desain untuk sebuah konten yang sesuai dengan karakter 2ICONS.

b. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi dari beberapa kendala yang penulis temukan selama 71 hari melaksanakan program kerja magang di 2ICONS sebagai *social media specialist,* yaitu sebagai berikut:

1. Untuk kedepannya, akan lebih baik jika pada setiap bulannya dilaksanakan *meeting* mengenai konsep

yang ingin diaplikasikan pada media sosial 2ICONS dan *briefing* yang jelas mengenai karakter 2ICONS.

2. Perlunya memberikan arahan atau sekadar poin utama seperti capaian yang ingin dicapai, agar konten yang diunggah dapat lebih terarah dan terstruktur.
3. Solusi terakhir yang dapat diberikan oleh penulis mengenai tim *marketing* adalah. Akan jauh lebih baik jika pihak agnesi memiliki karyawan tetap juga tim yang tetap untuk mengurusi kegiatan *marketing* yang dibutuhkan.