

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melaksanakan kerja magang di Fivot Skin Care ditempatkan di departemen *Marketing*. Posisi penulis tepatnya berada di *social media officer* yang bertanggung jawab untuk membuat *design content*, membuat *caption*, melakukan *interview* kepada narasumber, mengedit hasil *video interview*, membuat ide untuk *landing page*, melakukan brainstorming pembuatan konten. Saat melaksanakan kerja magang di Fivot Skin Care penulis dipandu oleh Ibu Ida Tiono selaku direktur dan pembimbing magang. Penulis melakukan koordinasi langsung dengan Ibu Ida Tiono sebagai direktur untuk memberi arahan dan melakukan revisi konten yang penulis buat. Dalam koordinasi selama pelaksanaan kerja magang, penulis melakukan koordinasi langsung dengan Ibu Ida Tiono selaku direktur. Dalam pembuatan konten penulis membuat framework sebagai headline dan sebagai ide konten. Penulis melakukan interview dengan narasumber, mengedit video, membuat ide landing page.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan oleh penulis saat melaksanakan kerja magang di Fivot Skin Care sejak 16 September 2020 hingga 30 November 2020, yaitu:

Tabel 3.1 Kegiatan yang dilakukan

No	Kategori Pekerjaan	Nama Kegiatan	Waktu Pelaksanaan Kerja Magang											
			Sept '20		Okt '20					Nov '20				
			I	II	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	
1	<i>Real Time Content</i>	Membuat konten												
2	<i>Fact Driven Content</i>	Membuat konten												

		<i>Interview</i> dengan narasumber																	
3	<i>Visual Content</i>	Mendesain konten																	
		Mengedit Hasil <i>Video</i>																	
		Foto Produk																	
4	<i>Content Ideation</i>	Membuat ide mengenai <i>landing page</i>																	
		Membuat <i>headline</i> untuk konten																	
5	<i>Caption</i>	Membuat <i>caption feeds</i> Instagram																	

3.3 Pembahasan

Selama praktek kerja magang di Fivot Skin Care, penulis melakukan tugas seperti mendiskusikan ide, melakukan *interview* kepada narasumber, membuat *video*, membuat *caption*, membuat desain konten, membuat ide *landing page*, posting *video* melalui *platform youtube*. Berikut adalah rincian pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang di Fivot Skin Care sejak 16 September 2020 hingga 30 November 2020.

3.3.1 *Real – Time Content*

Menurut Iwan dan Yosanova (2016, p. 36) *content marketing* merupakan pendekatan pemasaran yang memiliki aktivitas seperti menciptakan pesan dan konten yang bernilai, relevan, konsisten sehingga konsumen dapat tertarik dengan merek tersebut. *Content marketing* juga dapat membuat konsumen melakukan transaksi pembelian. Selain itu, menurut Pullizi (2011, p. 5) *content marketing* merupakan proses pemasaran bagi pemasar atau merek untuk membuat dan menyebarkan konten yang berharga dan menarik, dan melibatkan target audiens dengan jelas, *content marketing* juga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian.

Menurut Calacanis dalam (Pullizi, 2011, p. 79-80) ada lima prinsip untuk membuat konten yang sempurna. Prinsip yang pertama yaitu *real time content* memiliki arti bahwa konten yang dibuat harus mengikuti tren yang sedang berlaku saat ini. Mengikuti tren yang berkembang di masyarakat dalam membuat konten akan memberikan dampak yang sangat baik pada awareness hingga penjualan dari produk itu sendiri. Pada prinsip yang pertama penulis membuat konten yang sangat ini sedang tren.

Gambar 3.1 *Real Time Content*





Sumber: Pribadi

3.3.2 Fact – Driven Content

Dalam pembuatan konten terdapat prinsip yang kedua yaitu fact driven content. Menurut Calacanis dalam (Pullizi, 2011, p. 79-80) fact driven content memiliki arti bahwa konten yang dibuat harus disebarakan secara konsisten dan cepat kepada konsumen. Konten-konten tersebut harus berdasarkan fakta serta hasil dari riset. Hal ini bertujuan agar konten yang disajikan tidak hanya menjadi informasi tetapi bisa menjadi acuan untuk konsumen dalam menilai produk hingga keputusan untuk membeli. Sebagai sebuah klinik kecantikan, Fivot Skin Care selalu membuat konten yang berdasarkan fakta dan riset seperti konten yang berisikan informasi kecantikan yang didapat dari dokter atau ahli kecantikan.

Gambar 3.2 *Fact Driven Content*





Testimoni Fivot Skin Care

Hasil pemakaian secara rutin ya fivot lovers

Ingat ya semua butuh proses, termasuk dalam menghilangkan jerawat. Dan hasil pemakaian tiap orangpun berbeda tentunya



Sumber: Pribadi

3.3.3 Visual Content

Menurut Calacanis dalam (Pullizi, 2011, p. 79-80) terdapat lima prinsip dalam pembuatan konten yang sempurna. Pada prinsip yang ketiga yaitu mengenai visual content. Visual content merujuk pada bagaimana konten tersebut harus di desain secara kreatif agar konsumen tertarik untuk membaca atau melihat konten tersebut. Hal ini penting karena visual yang ada akan menentukan apakah konten tersebut menarik atau tidak. Desain-desain konten dari Fivot Skin Care dibuat sedemikian rupa agar terlihat menarik dan tetap memuat informasi mengenai produk atau kecantikan.

Gambar 3.3 Visual Content





FIVOT
SKIN CARE
Beauty is yours

**HYDRAPROTECT
SOOTHING
SERUM**

**MEMBUAT WAJAH GLOWING &
DAPAT MENGATASI JERAWAT**

Mengcilkan pori

Mengatasi jerawat

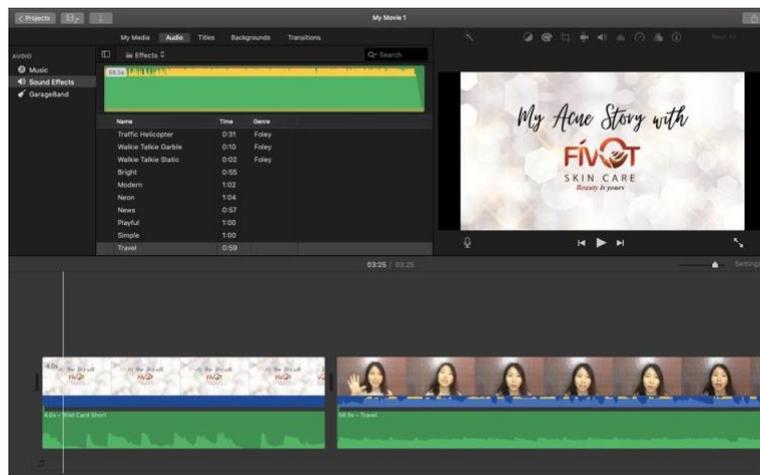
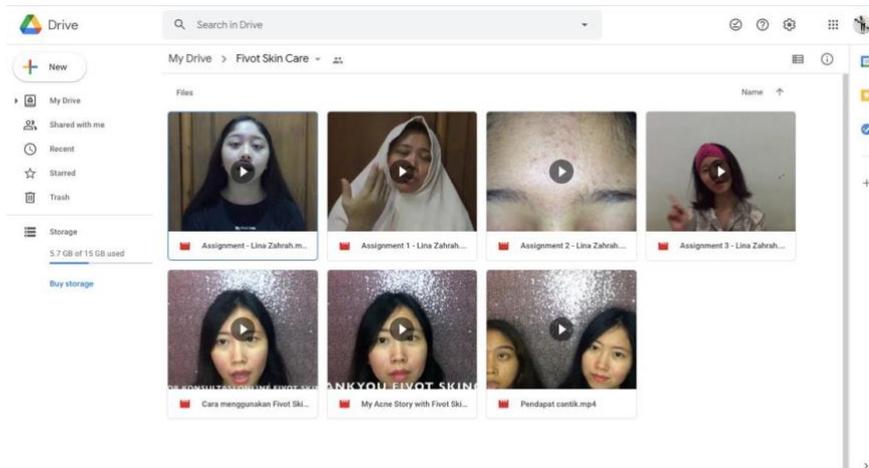
Mengatasi kerutan

Mencerahkan wajah

Mengencangkan wajah

FIVOT
SKIN CARE
Beauty is yours

CABANG KUTABUMI	CABANG GADING SERPONG	CABANG PASAR KEMIS
0512 9771 1234	0513 1901 9550	0511 1032 267



Sumber: Pribadi

3.3.4 Content Ideation

Menurut Iwan dan Yosanova (2016, p. 68) merencanakan pembuatan konten sangat diperlukan. Penulis memikirkan headline untuk konten yang akan dibuat. Konten yang dibuat harus relevan dengan kebutuhan konsumen. *Headline* yang dibuat seputar tentang tips-tips kecantikan, informasi produk Fivot Skin Care, *Storytelling*, dan lain-lain.

Gambar 3.4 Content Ideation

Flow :
 Problem : bener2 yg punya masaah, jerawat gatel, jerawat meradang.
 Ada jg MITOS : cantik itu kalau kulit bayi, kalau kulit putih.
 Kisah2 sedih : usaha2 yg sia2, misalnya : saya sudah cobaiin beli produk ini untuk mengatasi masalah saya, tp sia2. Pasien yg menggunakan cream abal2 jd nya muka nya rusak.
 Pengeen beli skincare tp mahal, ada gak duitnya buat beli produk tsb?
 Solution : solusi
 Succes story : yg berhasil, kisah berhasil

Mencari solusi yg instan dan cepat tidak bagus, dr maskun tidak akan melakukannya.

3 major skin problems :

- Acne related : misalnya aada jerawat meradang, merah2 bekas jerawat, semua yg berhubungan dengan jerawat.
- Flek (Pigmentation)
- Whitening : saya yg pengen putih

3 types of patients :

1. Has real problem : jerawat meradang
2. Gak ada masalah yg serius : tp ingi nm merawat muka aga glowing
3. Over expectation : misalnya dok saya ingin muka saya jadi putih.

IG CONTENTS

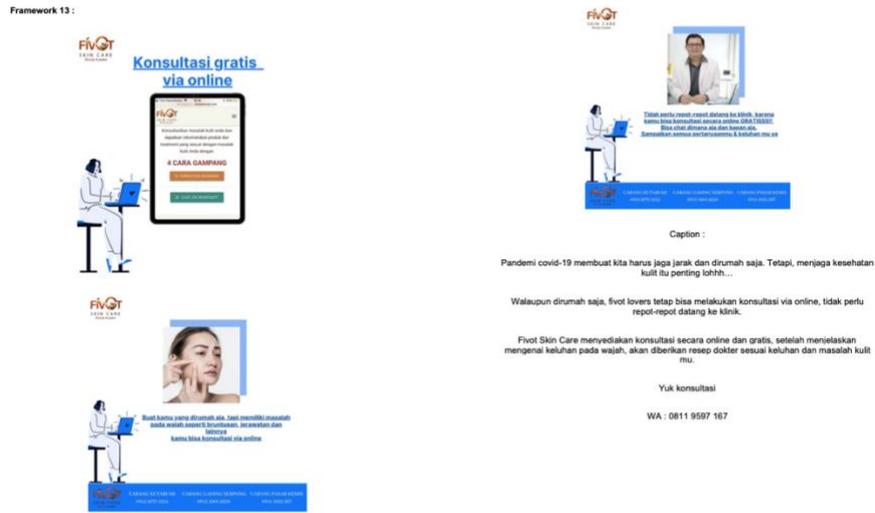
FRAMEWORK INSTAGRAM CONTENT			
SENIN	SELASA	RABU	KAMIS
Instagram Post Kulitmu Berjerawat? Kenali Jenis-Jenis Jerawatmu!	Instagram Post MITOS / FAKTA? Makan coklat atau kacang membuat kulit berjerawat?	Instagram Post Story Telling mengenai Jerawat	Instagram Post MITOS / FAKTA? Menggunakan skincare membuat ketergantungan?
JUM'AT	SABTU	MINGGU	
Instagram Post Produk untuk kulit berjerawat Fivot Skin Care	Instagram Post Inilah Rahasia Muka Glowing Alami ala Artis Korea!	Instagram Post Storytelling Pada dasarnya semua wanita itu cantik!	

Sumber: Pribadi

3.3.5 Caption

Caption diperlukan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan mengenai foto yang diunggah. Caption yang dibuat membahas seputar informasi-informasi kecantikan.

Gambar 3.5 *Caption* Konten



Sumber: Pribadi

3.3.6 Kendala dan Solusi

Dalam melaksanakan praktek kerja magang di Fivot Skin Care. Dalam pembuatan pemasaran konten, adanya aspek-aspek yang terlewatkan seperti konten yang dibuat tidak efisien, tidak ada *template*, tidak ada *schedule planner* untuk penulisan *caption* dan *headline*. Solusi yang ditemukan penulis membuat *headline* untuk menjadwalkan konten-konten apa yang akan dibuat setiap harinya.