# BAB III

# PROSES PELAKSANAAN KERJA MAGANG

## 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan praktik kerja magang dalam waktu kurang lebih tiga bulan di PT Kompas Cyber Media, penulis ditempatkan di bagian *product marketing* unit bisnis Pasangiklan.com. Pada posisi ini penulis bertanggung jawab untuk merancang dan membuat *creative idea* dan *creative messages* terkait materi promosi produk. Selain melakukan tugas utama tersebut, penulis juga membuat konten promosi di media sosial dalam hal promosi produk Pasangiklan.com, membuat konten inspiratif di media sosial Instagram sebagai bentuk kolaborasi Kompasiana dan pasangiklan.com, membuat konten hari raya dan hari besar, serta membuat e-sertifikat untuk peserta webinar.

Dalam melakukan proses kerja magang, penulis berkoordinasi dan berada di bawah pengawasan dan bimbingan oleh Erfianti Y.P. selaku *Product Manager* sejak 25 Agustus sampai dengan 24 November 2020.

## 3.2 Tugas Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, penulis diberikan tugas di bagian *Product Marketing* dengan fokus pembuatan *creative ideas* dan *creative messages* untuk materi promosi dalam bentuk *banner digital, web push down, headline, article highlight, banner slide*, membuat konten promosi di media sosial. Seluruh tugas yang diberikan selalu dibimbing dan diberi arahan yang sesuai dengan tanggung jawab yang sedang dilakukan. Berikut uraian praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis, yaitu:

Tabel 3.1 *Timeline* Pelaksanaan Kerja Magang

| No | Kategori Pekerjaan | Kegiatan | Waktu Pelaksanaan | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Ags | Sept | | | | Okt | | | | | Nov | | | |
| | | | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Membuat *creative ideas* dan *creative messages* | Brainstorming ide | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Membuat pesan dan materi promosi | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Membuat konten media sosial Intagram | Brainstorming ide | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Membuat konten sosial media dan *copywriting* | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Membuat konten inspiratif Kompasiana X Pasangiklan.com | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Membuat dan Mendesain konten hari Raya | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Membuat e-sertifikat | Membuat dan Mendesain e-sertifikat webinar Pasangiklan.com X Brand Adventures Indonesia | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Briefing | briefing tasks | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Olahan Penulis, 2020

## 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama praktik kerja magang di PT Kompas Cyber Media sebagai bagian dari *Product Marketing* unit bisnis Pasangiklan.com, penulis menjalankan beberapa aktivitas penting seperti merancang dan membuat *creative ideas* dan *creative messages* untuk materi promosi. Berikut adalah pemaparan pelaksanaan praktik kerja magang yang penulis kerjakan:

### 3.3.1 Membuat *creative ideas* dan *creative messages*

Dalam pembuatan suatu materi *digital marketing* dalam mempromosikan produk-produk di Pasangiklan.com, penentuan dan pembuatan *creative ideas* dan *creative messages* merupakan hal awal yang penulis lakukan, melalui proses *brainstorming* ide yang dilakukan, beberapa proposal ide dan *demo design* materi kemudian diberikan kepada supervisi untuk di tinjau. Setelah menemukan beberapa poin untuk diperbaiki kemudian penulis melakukan revisi menurut *feedback* yang sudah diberikan.

Materi-materi yang dibuat sesuai dengan profil perusahaan. Materi yang dibuat juga harus tetap menarik, informatif, pesan yang disampaikan juga jelas sehingga dapat diingat oleh pengunjung *website*. Setelah memikirkan ide-ide yang akan di usungkan, penulis kemudian baru menyusun pesan-pesan/*copywriting* yang akan ditulis dalam suatu materi. Biasanya *briefing* materi diberikan tidak ditentukan pada satu hari tertentu, dan *deadline* yang diberikan 3-4 hari setelah *brief* di berikan, namun biasanya juga mengikuti alur revisi beberapa kali sehingga menemukan hasil yang terbaik. Berdasarkan data dan fakta yang telah didapatkan, materi-materi yang sudah dibuat akan ditayangkan ke beberapa *website* grup Kompas Gramedia melalui sistem. Materi yang dibuat dengan beberapa *size* dan bentuk, seperti *banner digital, web push down, headline, article highlight, banner slide*, dan sebagainya. Berikut adalah beberapa hasil tugas yang diberikan dan sudah ditayangkan di beberapa *website* grup Kompas Gramedia sebagai promosi produk Pasangiklan.com:

Gambar 3.1 *Web banner digital*

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Gambar 3.2 Penayangan *web push down*

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Penentuan dan merancang *creative ideas dan messages* merupakan implementasi dari mata kuliah *Account Planning & Managaement* dan juga *Art, Copywriting & Creative*. Perancangan *creative ideas* selama praktik di pasangiklan.com penulis di minta untuk menentukan ide dalam konten promosi dari *product insight* konsumen yang banyak dipelajari selama mata kuliah *Account Planning & Managaement*. Sedangkan penentuan dan pembuatan *creative messages*

banyak di pelajari semasa mata kuliah *Art, Copywrtiting & Creative*, dimana penulis banyak membuat *copywriting* pesan-pesan yang berasal dari *creative ideas* yang kemudian di buat dalam bentuk rangkaian kata (*copy*) sehingga *creative ideas* yang telah di rancang dapat di mengerti dari target konsumen. Selama tiga bulan praktik kerja magang, penulis membuat kurang lebih 10 konten untuk ditayangkan di *platform digital* dengan 2-3 *size* yang berbeda sesuai *brief* yang diminta.

### 3.3.2 Membuat konten media sosial

Selama 3 bulan melakukan praktik kerja magang, penulis juga diberikan tugas untuk membuat konten inspiratif untuk media sosial Instagram pasangiklan.com. Konten inspiratif ini merupakan hasil kolaborasi antara Kompasiana dan Pasangiklan.com dengan judul *campaign* "Dayakan UMKM". *Campaign* tersebut merupakan kompetisi menulis *blog* di *platform blogging* Kompasiana. Para *blogger* dapat menulis cerita menarik tentang perjuangan UMKM. Cerita yang menarik dan kreatif kemudian dipilih, dan mendapatkan hadiah berupa penayangan iklan gratis dengan produk Pasangiklan.com dan mendapatkan kesempatan ceritanya untuk ditampilkan di media sosial Pasangiklan.com. Cerita terpilih kemudian ditulis dan dikemas kembali dalam bentuk *post Instagram feeds*.

Dalam tugas ini Penulis mengemas kembali 5 cerita yang ada di blog Kompasiana dalam bentuk *feeds* Instagram, sehingga terdapat 5 *post feeds* yang dibuat penulis. Pembuatan dan penulisan *Instagram post* ini dilakukan selama empat minggu di bulan kedua praktik kerja magang. Dalam satu minggu, penulis merancang dan membuat satu hingga dua post pada minggu yang sama, sehingga kelima cerita tersebut di buat dalam waktu empat minggu. Dalam menulis dan

membuat *Instagram post* tersebut penulis melalui proses *brainstorming* ide, pemilihan kata dan penulisan yang tepat, serta proses revisi untuk menghasilkan hasil yang terbaik. Hasil yang sudah baik kemudian di posting ke akun Instagram resmi @pasangiklancom.

Gambar 3.3 Konten Media Sosial

Sumber:
https://www.instagram.com/p/CGrEte1gNKk/?utm_source=ig_web_copy_link

Selain konten inspiratif, penulis juga diberi tugas untuk membuat konten promosi media sosial dan juga konten untuk hari Raya dan Hari besar. Dalam tugas ini penulis membuat *design* dan juga *copywriting* untuk konten tersebut. Selama tiga bulan dihasilkan 13 konten media sosial yang dirancang dan dibuat.

Gambar 3.4 Konten Promosi Media Sosial

Sumber:

https://www.instagram.com/p/CGJTGorgrxa/?utm_source=ig_web_copy_link

Gambar 3.5 Konten Hari Raya untuk Media Sosial

Sumber:

https://www.instagram.com/p/CG6tx0WggrA/?utm_source=ig_web_copy_link

### 3.3.3 Membuat e-sertifikat

Pasangiklan.com beberapa kali mengadakan webinar gratis yang merupakan bentuk kerja sama antara Pasangiklan.com dengan *Brand Adventure Indonesia*. Rangkaian webinar ini banyak berbicara mengenai UMKM dan beberapa tips untuk membangun dan menjalankan UMKM. Selama 3 bulan Penulis melakukan praktik kerja magang di Pasangiklan.com, Webinar diadakan melalui aplikasi '*Zoom*' dari tanggal 8 September hingga 17 November 2020.

Dalam rangkaian acara ini penulis diberikan tugas untuk membuat e-sertifikat peserta webinar.

Gambar 3.6 E-sertifikat peserta webinar

Sumber: Olahan Penulis, 2020

## 3.4 Uraian Kendala & Solusi dalam Proses Kerja Magang

Pada saat melakukan praktik kerja magang di PT Kompas Cyber Media sebagai bagian dari *Product Marketing* unit bisnis Pasangiklan.com, penulis menemukan beberapa kendala dan solusinya, yaitu:

### 3.4.1 Kendala yang Ditemukan

1. Dalam struktur organisasi, Pasangiklan.com belum mempunyai tim khusus pengelolaan media sosial, sehingga tidak adanya *timeline* dan *content planning* pada media sosial Instagram Pasangiklan.com. Hal ini menjadi kendala penulis dalam menemukan merancang ide konten promosi di media sosial Instagram dan pembuatan *copywriting* yang sesuai dengan karakter Pasangiklan.com.
2. *Miscommunication*. Hal ini biasanya terjadi dalam koordinasi pemberian tugas oleh *supervisor*. Pemberian tugas biasanya diberikan pada hari H dengan *deadline* di hari itu juga. Penentuan isi pesan dan jadwal penayangan materi juga tidak ditentukan dan direncanakan sejak awal, sehingga memungkinkan adanya *miscommunication* dan kurang adanya persiapan yang cukup dalam pembuatan materi promosi. Terkadang *brief* yang diberikan juga kurang lengkap sehingga terjadi beberapa kali revisi.
3. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis melakukannya secara *work from home (WFH)* dimana *WFH* ini kurang efektif untuk belajar lebih *detail* mengenai suatu perusahaan dan mengaplikasikan praktik kerja secara langsung. Adanya gangguan internet menjadi salah satu kendala dalam praktik kerja magang. Selain itu, obrolan seputar revisi dan *briefing* juga banyak dilakukan via *chat* yang terkadang menimbulkan komunikasi yang kurang efektif dan menjadi penyebab terjadinya *miscommunication*.

### 3.4.2 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

1. Kepala divisi sebaiknya membuat *timeline* materi promosi akan ditayangkan sehingga akan lebih siap dalam membuat dan menyampaikan pesan. Kepala divisi juga memberikan *brief* yang lengkap, setidaknya dalam rapat berlangsung sehingga nantinya akan lebih efektif dan efisien serta mudah untuk di *follow up* dan lebih siap dalam mengemas suatu pesan.
2. Melakukan *follow up* dan inisiatif untuk bertanya menjadi salah satu solusi yang dapat dilakukan. Memperbanyak komunikasi akan membuat suatu pekerjaan lebih jelas. Melakukan *briefing* melalui panggilan video lebih sering juga menjadi lebih efektif dalam menyampaikan *briefing* daripada hanya melalui *chat*.