



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

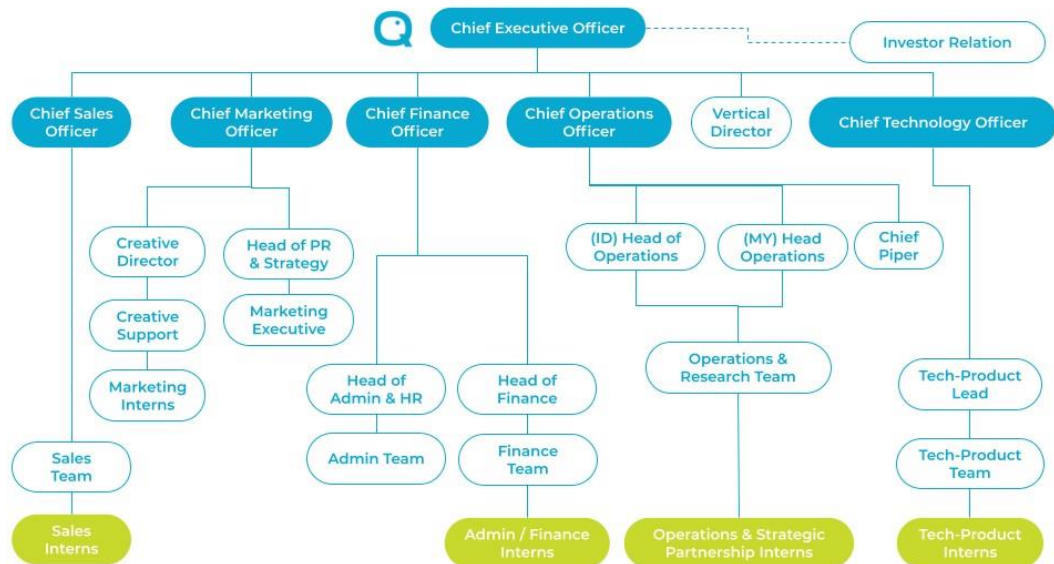
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di Qwork, penulis pertama kali ditempatkan di divisi *strategic partnership* di bawah pengawasan kak Astrid dan pada saat pertengahan magang penulis dipercaya untuk merangkap bagian *marketing* di bawah pengawasan kak Natalie. Berikut gambaran struktur kedudukan dan koordinasi penulis pada saat praktik kerja magang:



**Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Tempat Kerja Magang**

Sumber: Dokumen Perusahaan

#### 3.2 Tugas yang Dilakukan

No.	Jenis Pekerjaan	Waktu Pekerjaan	Koordinator
A. Pengenalan			

	Melaksanakan online meeting untuk perkenalan dengan mentor dan rekan magang	20 Agustus 2021	Astrid Octarizka
<b>B. Career Preparation Class</b>			
	<i>CV &amp; Portfolio Updating</i>	20 Agustus 2021	Astrid Octarizka
2.	<i>Project Compiling</i>	26 Agustus 2021	Astrid Octarizka
3.	<i>How to develop Value Propositions/Unique Selling Point</i>	2 September 2021	Astrid Octarizka
4.	<i>Creating Your Personal Brand</i>	9 September 2021	Astrid Octarizka
5.	<i>Benefits of Early-Stage Industrial Exposure</i>	24 September 2021	Astrid Octarizka
<b>C. Channel Partnership Identification</b>			
	Melakukan identifikasi terhadap perusahaan di Indonesia	8-15 September 2021	Astrid Octarizka
2.	Melakukan identifikasi terhadap perusahaan di Singapura	15 September - 28 Oktober 2021	Astrid Octarizka
<b>D. Membuat Konten Video untuk Sosial Media Qwork Indonesia</b>			

MULTIMEDIA  
NUSANTARA

1	Merencanakan ide dan konsep konten video	20 Oktober - 31 Oktober 2021	Astrid Octarizka dan Natalie Amadea
2.	Membuat video dan dievaluasi oleh koordinator	31 Oktober - masa magang selesai	Astrid Octarizka dan Natalie Amadea

**Tabel 3.1 Jenis-Jenis Pekerjaan Praktik Kerja Magang**

### 3.3 Uraian pelaksanaan Magang

#### A. Pengenalan

Pada hari pertama penulis melakukan praktik kerja magang, penulis melakukan *online meeting* dengan koordinator dan juga rekan magang untuk berkenalan dengan koordinator, rekan magang, penjelasan bagaimana sistem kerja di Qwork, pengenalan tentang perusahaan, dan berdiskusi kapan saja jadwal untuk melakukan *regular meeting*.

#### B. Career Preparation Class

Penulis mendapat *career preparation class*, terdapat beberapa kelas yang penulis ikuti dan berikut penjelasan mengenai apa saja yang dibahas dan penulis dapatkan selama mengikuti *career preparation class*:

##### 1. CV & Portfolio Updating

Pada kelas *CV & Portfolio Updating* penulis diberi tips dan arahan dalam membuat CV dan portofolio yang menarik tetapi tetap terlihat profesional. Pada *career preparation class* ini dibimbing oleh Kak Fauzan Marsa yang juga termasuk salah satu orang dari Qwork. Pada kelas ini penulis mendapat tips pembelajaran dalam pembuatan CV, seperti urutan dalam penulisan dalam CV diawali dari informasi pribadi (pada bagian ini cukup berisikan nama, gelar, email, nomor handphone, dan berasal dari kota/negara mana dan tidak lebih dari itu), *soft skill* dan *hard skill*, sertifikat yang pernah

didapatkan (tetapi masukkan sertifikat sesuai dengan posisi pekerjaan yang akan dilamar), pengalaman pekerjaan sebelumnya, dan pada bagian terakhir adalah edukasi yang sudah ditempuh. Selain itu, Kak Fauzan juga memberi tips dalam membuat portofolio yang dimana terdapat tiga macam portofolio yaitu pertama ada *Working Portfolio* (berisikan *project* yang sudah pernah dikerjakan dan juga *project* yang masih berjalan), *Display Portfolio* (berisikan gambar *best visual works* dan juga *creative skills*), terakhir ada *Assessment Portfolio* (berisikan hasil kurikulum, *project* yang pernah dikerjakan baik di sekolah atau di kampus).





## EXPERIENCE

### Strategic Parnetship (Internship)

(2021)

-Mempelajari mengenai Strategic Partnership Qwork

### Marketing & Content Creator (Internship)

(2021-2022)

- Membuat ide konten untuk media sosial Qwork Indonesia

## EDUCATIONAL HISTORY

### Universitas Multimedia Nusantara

Sarjana Marketing, 20xx

- Secretary, Student Union
- Member, Marketing Club
- Member and Volunteer, Student Tutoring Center
- Member, Field Hockey Team
- Member, Hiking Club

### SMA Santo Yoseph

Graduated in 2015

- Vice President, Student Council
- Vice President, Drawing Club
- Member, French Society
- Member, Model United Nations
- Member, Varsity Basketball Team

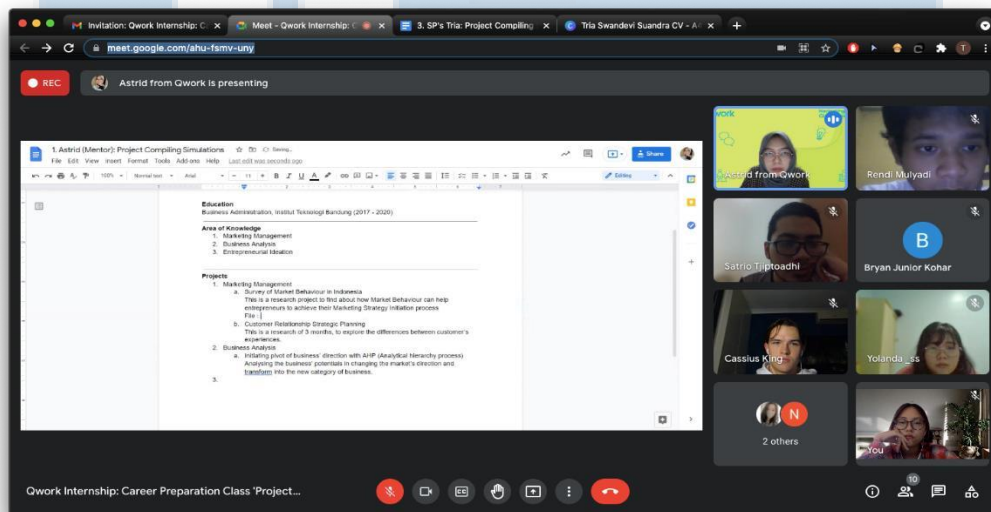
**Gambar 3. 2 Salah satu contoh CV yang penulis sudah buat selama preparation Career Preparation Class ‘CV & Portfolio Updating’**

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Implementasi Proses Strategic Partnership dan Peran Marketing Campaign dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Akun Sosial Media Qwork Indonesia, Tria Swandevi Suandra, Universitas Multimedia Nusantara

## 2. *Project Compiling*

Kelas ini adalah lanjutan dari kelas *CV & Portfolio Updating* tetapi pada kelas ini berfokus pada praktek pembuatan portofolio yang dibimbing oleh Kak Astrid Octarizka dan juga untuk memastikan lagi apakah anggota magang sudah mengerti dengan materi yang disampaikan pada kelas sebelumnya. Selain itu Kak Astrid juga mempraktekkan secara langsung bagaimana urutan dalam membuat portofolio dan apa saja isinya menurut dari pekerjaan Kak Astrid sendiri.



**Gambar 3. 3 Contoh dari portofolio oleh Kak Astrid Octarizka**

Sumber: Astrid Octarizka

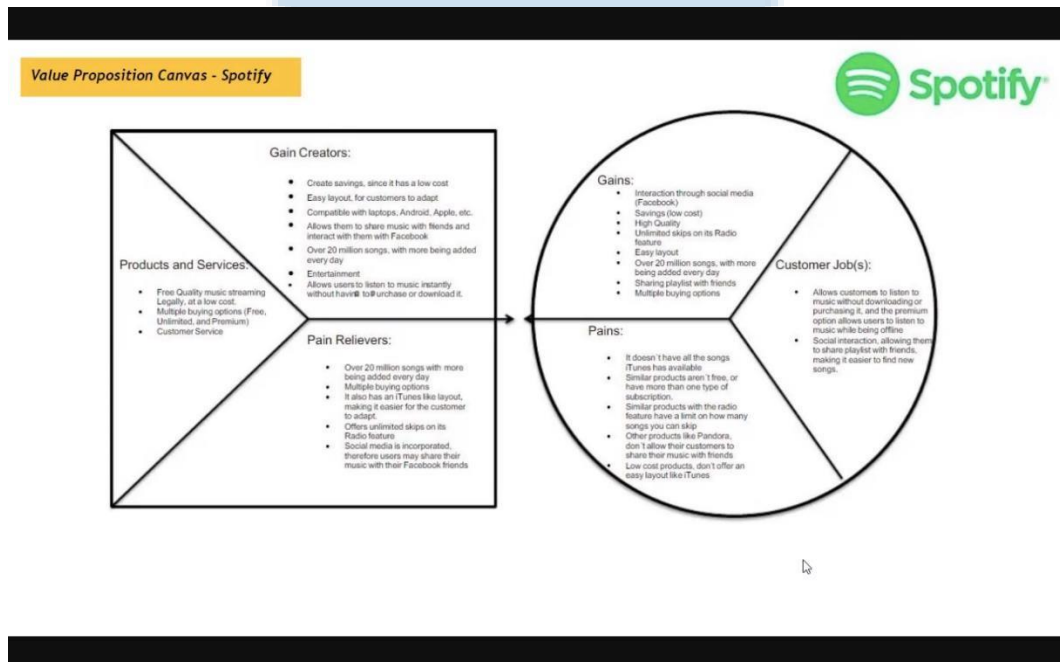
## 3. *How to develop Value Propositions/Unique Selling Point*

Pada kelas ini dibimbing oleh Kak Dhanasegaran dan penulis mempelajari mengenai bagaimana cara mengembangkan *Value Propositions/Unique Selling Point* dari produk atau jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Menurut kak Dhana, pada saat memproduksi barang/jasa, kita harus bisa menempatkan diri kita sebagai konsumen. Pertama ada '*customer jobs*' dimana kita melihat pekerjaan/masalah apa yang konsumen ingin mereka selesaikan melihat dari sisi *functional jobs*, *social jobs*, *supporting jobs*, dan *emotional jobs*. Kita harus bisa membaca apa yang menjadi '*pain*'

Implementasi Proses Strategic Partnership dan Peran Marketing Campaign dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Akun Sosial Media Qwork Indonesia, Tria Swandevi Suandra, Universitas Multimedia Nusantara



konsumen dengan mengidentifikasi apa saja yang menjadi penghalang dan masalah seorang konsumen hadapi, apa yang konsumen ingin hindari dalam menghadapi masalah, apa yang membuat konsumen cegah dalam menyelesaikan pekerjaan/masalah yang mereka hadapi. Kemudian kita harus melihat sisi ‘gain’ seperti apa yang membuat konsumen senang saat masalah/pekerjaan mereka selesai, apa yang konsumen inginkan. setelah melihat semua itu, kita sebagai orang yang akan membuat produk/jasa harus memikirkan tiga hal juga seperti produk dan jasa apa yang bisa kita buat dan tawarkan kepada konsumen untuk menyelesaikan masalah/pekerjaan mereka. Kedua memikirkan ‘pain reliever’ yang dapat membebaskan konsumen dari ‘pain’ yang mereka hadapi, masalah apa yang bisa kita tuntaskan kepada konsumen. Dan terakhir ada ‘gain creators’ yaitu apa yang bisa kita berikan untuk konsumen bisa mencapai ‘gain’ mereka, apakah mudah bagi konsumen dalam menggunakannya?



**Gambar 3. 4 Contoh yang diberikan oleh Kak Dhana dalam kelas Value Proposition**

Sumber: Presentasi oleh Dhanasegaran

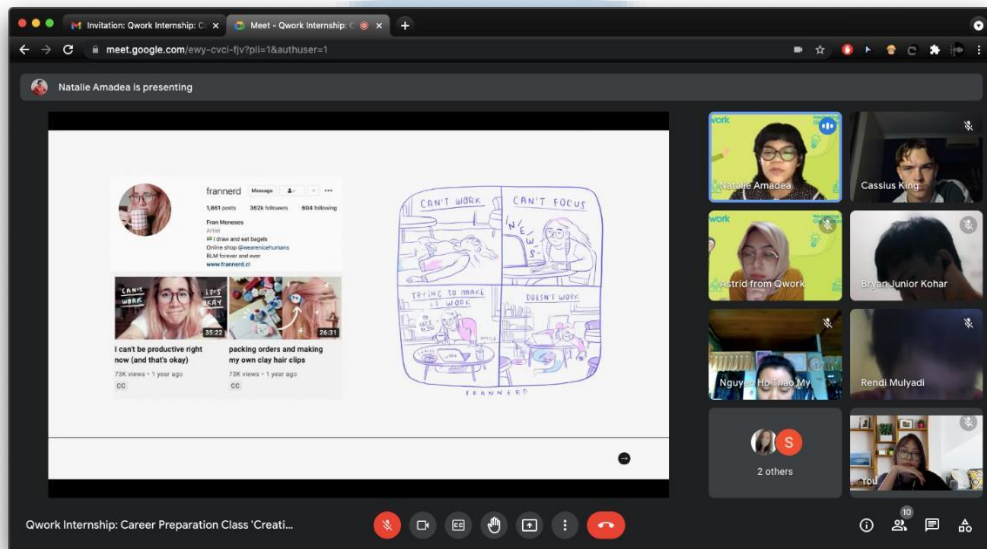
Implementasi Proses Strategic Partnership dan Peran Marketing Campaign dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Akun Sosial Media Qwork Indonesia, Tria Swandevi Suandra, Universitas Multimedia Nusantara



#### 4. *Creating Your Personal Brand*

Pada kelas ini penulis dibawakan oleh Kak Natalie Amadea dengan topik bagaimana cara kita untuk membuat *personal brand* kita sendiri. Menurut Kak Natalie, *personal branding* sangat penting untuk kita apapun pekerjaan yang sedang kita ambil saat ini karena hal itulah yang membuat kita unik dan berbeda dari orang lainnya sehingga kita bisa bersaing di *job market*. Cara memulainya ada tiga cara menurut perspektif marketing, yang pertama adalah In person cara memulainya adalah dengan kita harus memiliki perilaku yang sesuai dan sopan, memastikan bahwa kita rapi dan *well-presented* saat kita akan bertemu dengan orang lain untuk pertama kali, kita juga harus mempelajari bagaimana bahasa tubuh yang membuat kita nyaman dan meningkatkan *communication skills*, dan terakhir tunjukkan value yang kita punya. Kedua membangun *personal branding* secara *online*, yaitu dengan pilih di platform mana saja kita ingin membangun *personal branding* kita, kemudian bangun cerita sendiri seperti membagikan informasi yang esensial dan juga sekaligus membangun kredibilitas. Membangun *personal brand* dapat dilakukan dengan memilih siapa saja target audiens, mengembangkan lagi *network*, dan ikut aktif dalam komunitas.





**Gambar 3. 5 Contoh Personal Branding oleh salah seorang ilustrator di Instagram yang memiliki keunikan tersendiri dalam ilustrasinya.**

Sumber: Presentasi oleh Natalie Amadea

### 5. *Benefits of Early-Stage Industrial Exposure*

Qwork Jam adalah salah satu *live streaming* dimana Qwork menghadirkan pembicara yang berpengalaman untuk membawakan topik yang sudah ditentukan. Pada kelas ini dihadiri oleh narasumber Kak Jacqueline dari Qwork dan memiliki topik mengenai manfaat dan pentingnya *Early-Stage Industrial Exposure*. *Industrial exposure* sendiri adalah strategi untuk para pelajar dimana mereka ditempatkan untuk merasakan bagaimana dunia pekerjaan yang sesungguhnya. Menurut Kak Jacqueline, *industrial exposure* sangat penting apalagi saat pandemi dimana para pelajar sulit untuk mendapatkan pengalaman kerja secara langsung dan juga karena pandemi Covid-19 ini. Pandemi membuat para pelajar kurang mendapat *exposure* dalam dunia pekerjaan, dan mereka hanya baru merasakan dunia pekerjaan yang sesungguhnya pada saat magang. Para pelajar yang melakukan magang pun melakukannya dengan pemikiran bahwa magang adalah suatu hal yang mereka harus jalani karena magang adalah syarat mereka untuk lulus kuliah dan hal ini membuat pelajar tidak memiliki

Implementasi Proses Strategic Partnership dan Peran Marketing Campaign dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Akun Sosial Media Qwork Indonesia, Tria Swandevi Suandra, Universitas Multimedia Nusantara

pengalaman kehidupan kerja yang sesungguhnya dan tidak begitu mengerti bagaimana dunia bisnis bekerja. Pemikiran itu harus diubah dengan membuat para pelajar diberikan pekerjaan yang sesungguhnya dan bagaimana pada saat magang seperti bekerja dengan perusahaan *startup* ataupun perusahaan multi nasional sehingga mereka dapat memahami bagaimana dunia bisnis sesungguhnya.



**Gambar 3. 6 Sesi Qwork Jam dengan Topik Benefits of Early-Stage Industrial Exposure**

Sumber: Youtube Qwork Malaysia

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

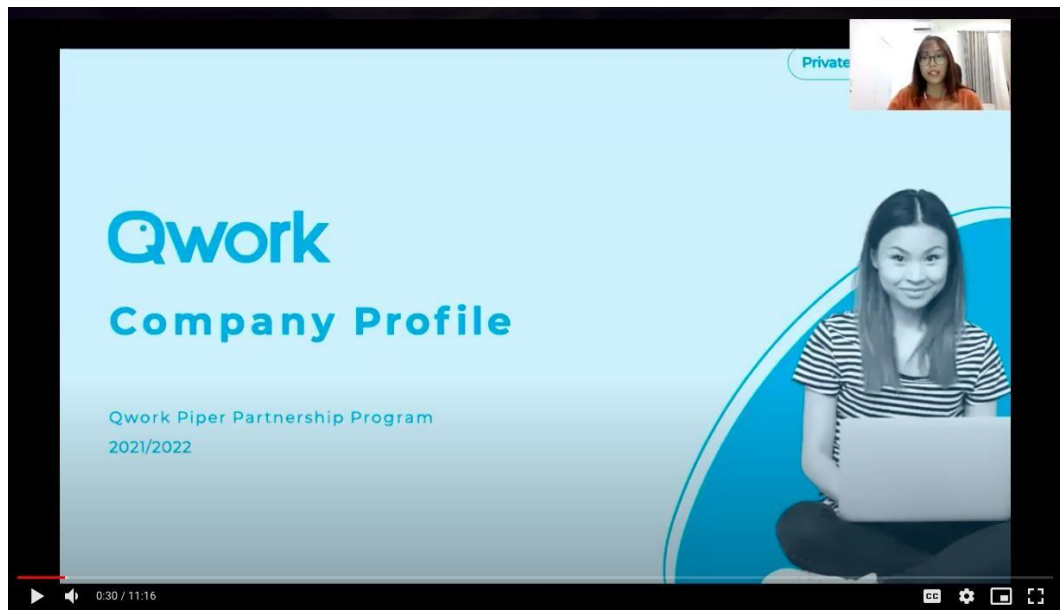
### C. Channel Partnership Identification

Channel Partnership Identification				Change to the quota	Ms. Astrid	Reni	
No.	Business	Business Sector	Partnership Form from their Version	Target	Main Service	Partnership Form	What they exp
37	M-DAQ	Fintech	<ol style="list-style-type: none"> <li>E-Commerce</li> <li>Money Transfer Service</li> <li>Investor</li> <li>Online Travel Agency</li> <li>Logistics Companies</li> </ol>	<p>A. Based on their target audience: SMEs, Large Business</p> <p>B. Based on their merchant: MNCs, and E-Commerce</p> <p>C. Based on their customer: Middle-Class Societ, Upper-Middle Class Society, SMEs.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>E-wallet (membayar apa saja bisa melalui M-DAQ)</li> <li>Remittance</li> <li>Stock exchanges</li> </ol>	1. Payment gateway	1. Engagemen
38	Yeo Hiap Seng	F&B	<ol style="list-style-type: none"> <li>Investor</li> <li>Oatly</li> </ol>	<p>A. Based on their target audience: MNCs, Large Business</p> <p>B. Based on their merchant: E-Commerce and SMEs</p> <p>C. Based on their customer: Middle-Class Societ, Upper-Middle Class Society, SMEs.</p>	1. Memproduksi dan menjual berbagai minuman mulai dari teh dan minuman asia, susu kedelai, air kelapa, dan minuman isotonik.	1. Cross marketing dan co-selling.	1. Engagemen
39	Matchmove	Fintech	<ol style="list-style-type: none"> <li>Bank</li> <li>Financial Service</li> </ol>	<p>A. Based on their target audience: SMEs</p> <p>B. Based on their merchant: MNCs, E-Commerce, Bank</p> <p>C. Based on their customer: Middle-Class Society, Upper-Middle Class Society, SMEs.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Virtual Account (digital banking)</li> <li>International Remittance (send money overseas)</li> <li>Loan Disbursement (lending and repayment, SME lending)</li> </ol>		1. Engagemen

Gambar 3. 7 Tugas Channel Partnership Identification

Sumber: Dokumentasi Pribadi

*Channel Partnership* adalah dimana sebuah perusahaan bekerjasama dengan produsen produk atau jasa untuk menjual dan memasarkan produk atau jasa produsen tersebut. Tugas yang penulis dapatkan dalam *channel partnership identification* adalah penulis diminta oleh koordinator untuk mengidentifikasi perusahaan apa saja yang bisa diajak untuk melakukan kerjasama dengan Qwork baik perusahaan tersebut berlokasi di Indonesia maupun di luar negeri, mulai mengidentifikasi sektor bisnis dan siapa saja target pasar perusahaan tersebut, produk yang dijual atau jasa yang ditawarkan, *partnership form* perusahaan tersebut, target perusahaan (misalnya perusahaan tersebut memiliki target ingin menjadi perusahaan nomor satu dalam sektor tersebut), keuntungan apa yang Qwork bisa tawarkan kepada perusahaan yang akan diajak bekerjasama. Pada perusahaan Indonesia, penulis diminta untuk mencari perusahaan yang merupakan perusahaan *lead generation*, sedangkan untuk perusahaan Singapura penulis diminta untuk mengidentifikasi perusahaan *lead generation* dan juga perusahaan lokal. Pada tugas ini penulis berhasil mengidentifikasi 6 perusahaan Indonesia yang dan 11 perusahaan dari Singapore yang mungkin Qwork bisa ajak untuk bekerjasama kedepannya.



**Gambar 3. 8 Penulis melakukan simulasi presentasi Qwork Piper Partnership Program**

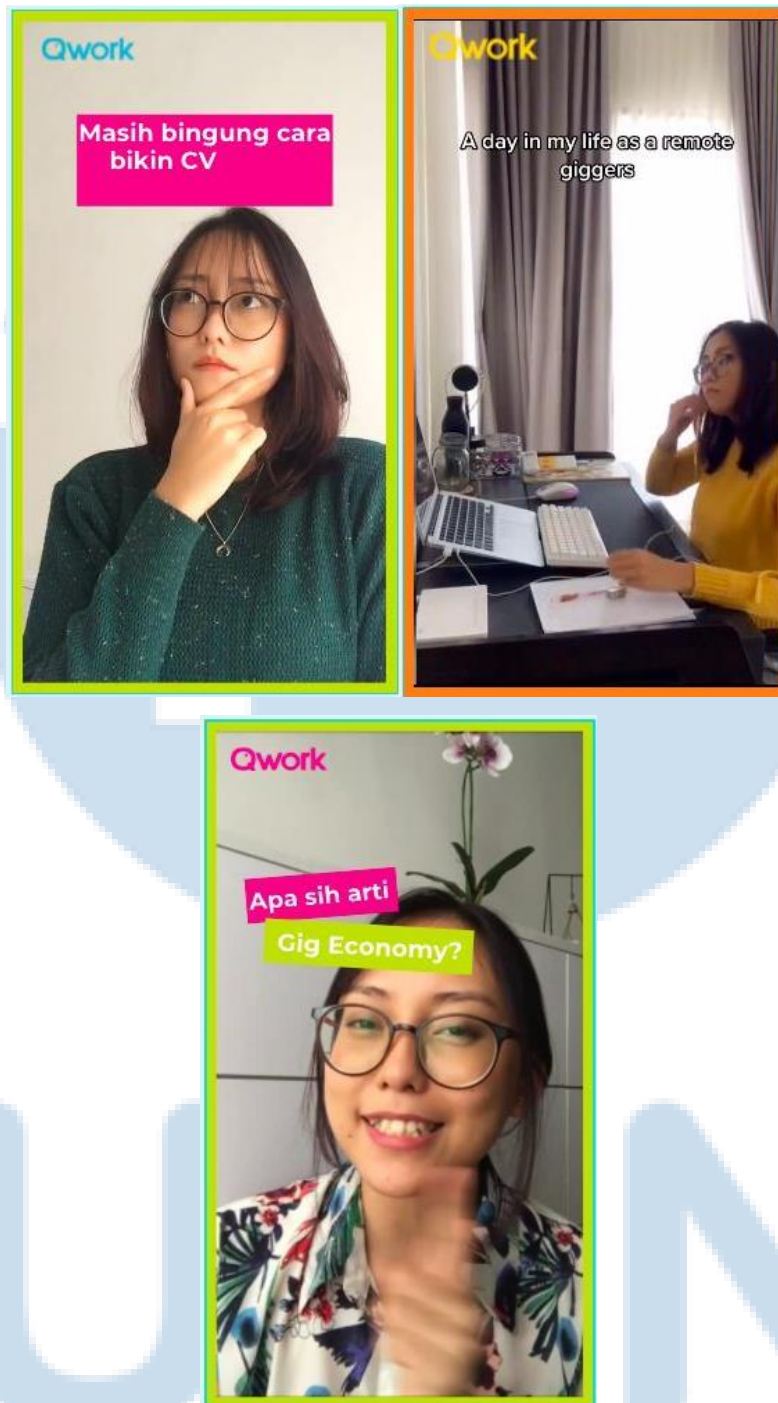
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain itu, penulis juga diberikan tugas untuk melakukan simulasi presentasi sebagai perwakilan dari perusahaan Qwork yang menawarkan ‘*Qwork Piper Partnership Program*’, dimana penulis harus bisa menjelaskan mengenai profil perusahaan Qwork secara singkat, menjelaskan apa yang dimaksud dengan *piper partnership program*, menjelaskan *benefit* apa saja yang bisa didapatkan oleh perusahaan lain dari *Qwork Piper Partnership Program*. *Qwork Piper Partnership Program* dimana perusahaan menyebut *channel partners* mereka mulai dari pendidikan, perusahaan *startup*, bisnis teknologi, dan perusahaan multinasional sebagai ‘*piper*’ atau pipa. *Piper* adalah sumber pengaruh dalam kumpulan pemimpin generasi selanjutnya yang dinamis dan juga kreatif, untuk menghubungkan dan mempertahankan perkembangan potensial mereka sebagai penyedia. Melalui *strategic partnership*, Qwork akan mempromosikan hubungan yang berharga untuk mengaktivasi *brand* dengan para audiens dan juga mendapatkan *brand awareness*.

#### **D. Membuat Konten Video untuk Sosial Media Qwork Indonesia**

Penulis mendapat kesempatan membuat konten untuk pengembangan akun sosial media Qwork Indonesia seperti TikTok dan Instagram reels agar lebih banyak lagi masyarakat Indonesia yang mengetahui tentang Qwork dan bekerja sebagai *giggers* karena masih banyak orang Indonesia yang masih belum mengenal Qwork dan konsep *gig workers* atau *giggers*. Penulis dan rekan penulis diminta untuk memberikan ide dan saran untuk pengembangan proyek ini, melihat konten apa saja yang sedang menjadi tren saat ini, memberikan masukan konten apa saja yang bisa dibagikan di akun sosial media Qwork, melakukan evaluasi dan memilih konten yang layak dan bagus untuk dibagikan bersama rekan magang dan koordinator magang, kemudian penulis membuat video tersebut dan siap untuk dibagikan ke akun sosial media Qwork. Proses pembuatan konten yang penulis lalui adalah dengan melakukan diskusi dan *brainstorming* ide untuk konten yang akan dibuat bersama Kak Astrid dan Kak Natalie, seperti mengumpulkan topik yang bisa dibagikan, mencari inspirasi bagaimana cara pengambilan video. Proses pengumpulan ide berjalan cukup agak lama, karena butuh waktu untuk menentukan ide dan konsep agar konten yang dibagikan tidak hanya mengedukasi dan menghibur tetapi juga harus bisa merepresentasikan perusahaan Qwork. Kemudian, jika ide yang sudah didiskusikan sudah disetujui oleh Kak Astrid dan Kak Natalie, selanjutnya penulis melakukan pengambilan video dan mengeditnya sesuai dengan template yang sudah didiskusikan oleh Qwork dan membagikannya di akun TikTok Qwork Indonesia.





**Gambar 3. 9 Konten Untuk TikTok dan Instagram Reels dan TikTok Sosial Media Qwork Indonesia**

Sumber: Dokumentasi Pribadi



### 3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di Qwork, penulis menemukan beberapa kendala selama melakukan proses praktik kerja magang seperti:

1. Pada saat penulis mendapatkan tugas *channel partnership identification* untuk perusahaan yang ada di Singapura, penulis merasa agak sedikit kesulitan dalam mencari perusahaan apa saja yang berasal dari Singapura karena penulis tidak begitu terlalu mengetahui lebih detail dan perusahaan *startup* yang bisa dimasukkan.
2. Penulis merasa kurang mempelajari lebih dalam lagi mengenai *strategic partnership*, karena pada saat pertengahan waktu periode magang penulis dipindahkan ke bagian *marketing* dan belum sempat untuk melihat para senior di tempat kerja magang bagaimana mereka mengajak perusahaan untuk diajak bekerja sama dengan Qwork. Penulis ingin melihat secara langsung bagaimana para senior yang bekerja di Qwork dapat meyakinkan perusahaan lain untuk menjalin *partnership* dengan Qwork.

### 3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

1. Pada saat mentor memberikan tugas mengenai *channel partnership identification* untuk perusahaan yang ada di luar negeri, mungkin mentor bisa memberikan nama perusahaan ataupun perusahaan *startup* yang memiliki data lengkap untuk para peserta magang lebih mudah mengidentifikasi perusahaan yang bukan berasal dari Indonesia. Kemudian, durasi untuk pengumpulan tugas *channel partnership identification* untuk perusahaan luar agar sedikit diperpanjang mengingat penulis tidak begitu tahu mengenai apa saja perusahaan *startup* yang sedang banyak dibicarakan oleh masyarakat Singapura saat ini dan kurangnya detail informasi mengenai perusahaan yang ada. Sebenarnya, tugas *channel partnership identification* adalah tugas yang sangat menarik karena penulis bisa mengetahui lebih banyak tentang perusahaan luar, apa saja produk atau jasa

yang mereka tawarkan, target pasar, mengetahui *partnership form* dari perusahaan tersebut.

2. Penulis merasa sangat senang saat mentor penulis menawarkan untuk pindah posisi dari bagian *strategic partnership* ke *marketing* untuk sosial media Qwork, dan penulis merasa sangat terhormat dapat diberikan kepercayaan oleh mentor penulis. Tetapi, mungkin sebelum penulis dipindahkan ke bagian lain, penulis berharap agar penulis dapat tetap menerima pembelajaran mengenai *strategic partnership* dan implementasi riilnya. Selain itu, penulis juga bertanya kepada mentor dan meminta saran mengenai penulis kurang mendapatkan pembelajaran mengenai *strategic partnership* dan mentor penulis memberikan saran bahwa penulis bisa meminta kelas tambahan mengadakan sesi khusus mengenai apa saja yang penulis ingin ketahui dan pelajari mengenai *strategic partnership*.

