



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 3

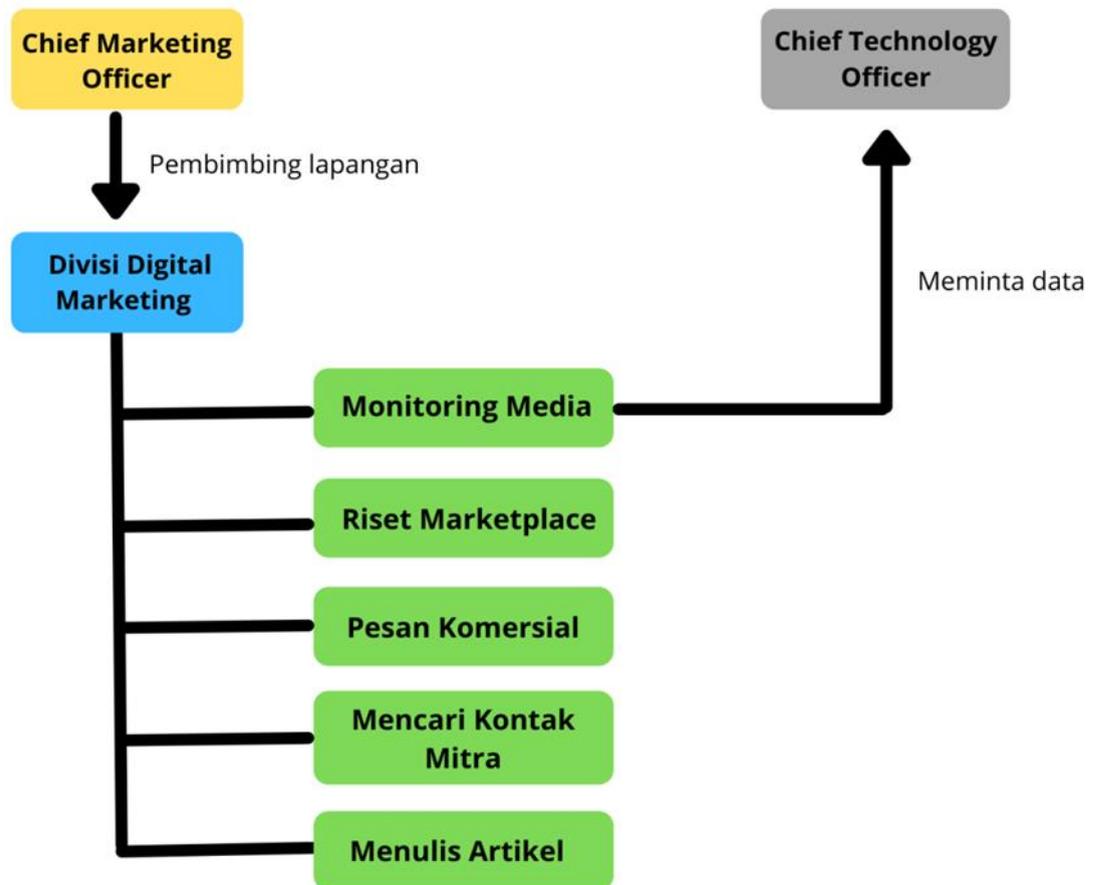
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Selama bekerja sebagai staf magang divisi digital marketing Barangbaku, penulis bekerja sebagai bagian dari tim *marketing* dibawah pengawasan *Chief Marketing Officer* sebagai pembimbing untuk memberikan arahan kepada penulis selama kerja magang. Jenis tugas yang penulis kerjakan berupa mencari topik dan menulis konten artikel, mengawasi dan menganalisa *Google Analytics Website Traffic*, serta membantu beberapa tugas dan terlibat dalam diskusi yang berhubungan dengan pekerjaan *marketing*.

Selama mengerjakan tugas magang, penulis perlu menambah pengetahuan melalui arahan pembimbing yang diberikan secara lisan dan riset melalui Internet. Selain diberikan bimbingan oleh *Chief Marketing Officer*, penulis juga sering berkomunikasi dan diberikan bimbingan oleh *Chief Technology Officer* karena salah satu pekerjaan penulis yaitu menganalisa *Google Analytics Website Traffic*, memerlukan bantuan dari *Chief Technology Office* untuk meminta data *Google Analytics Website Traffic* serta arahan untuk memahaminya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



(Sumber olahan peneliti, 2022)

Gambar 3.1 Alur kerja magang

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2. Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

3.2.1. Tugas Kerja Magang

Tabel 3.2. Tugas kerja magang

| Minggu | Tugas |
|--------|---|
| 1 | Riset <i>marketplace</i> dan melakukan cek pada <i>website</i> dan toko pada Barangbaku mengenai fitur-fitur dan pendataan yang masih kurang |
| 2 | Diskusi untuk melakukan promosi aplikasi dan mempelajari konsep sosial media |
| 3 | Mempelajari sistem Barangbaku dan membuat template pesan komersial |
| 4 | Rapat dan melakukan pendataan pada <i>marketplace</i> Barangbaku |
| 5 | Riset dan diskusi untuk peningkatan Barangbaku |
| 6 | Riset penulisan konten artikel dan mendata mitra Barangbaku |
| 7 | Mempelajari cara menggunakan <i>website</i> blog Barangbaku, mempelajari sistem SEO, rapat dan mencari vendor |
| 8 | Menganalisis dan mengolah data Google Analytics Website Traffic Barangbaku dan membuat struktur artikel |
| 9 | Riset pembaca artikel blog, <i>brainstorming</i> dan membuat artikel |
| 10 | Menganalisis data Google Analytics Website Traffic serta membuat presentasi, rapat dan <i>publishing</i> artikel |
| 11 | Rapat, riset data, menulis artikel, menganalisis data Google Analytics Website Traffic dan mencoba mengkontak mitra melalui pesan aplikasi Whatsapp |
| 12 | Membantu mencari mitra <i>marketplace</i> Barangbaku, menganalisis data Google Analytics Website Traffic, rapat dan <i>publish</i> artikel |

| | |
|----|--|
| 13 | Menganalisis data Google Analytics Website Traffic, rapat, |
| | brainstorming konten artikel dan menulis artikel |
| 14 | Rapat, mempelajari SEO, riset data dan menulis artikel hingga finishing |
| 15 | Menganalisis data Google Analytics Website Traffic, rapat, menulis dan riset data untuk konten artikel |
| 16 | Brainstorming ide untuk artikel dan riset data, rapat, menulis artikel dan publish artikel |
| 17 | Menganalisis data google analytics website traffic, riset, menulis artikel dan rapat |
| 18 | Brainstorming topik artikel, riset data dan menulis artikel |

(Sumber olahan peneliti, 2022)

3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

A. Riset *Marketplace*

Pada awalnya penulis diberikan tugas untuk melakukan riset terhadap *marketplace* Barangbaku dan *marketplace* lainnya untuk mengenal dan mempelajari lebih jauh mengenai *marketplace*, seperti *user experience*, sistem pencarian, fitur-fitur dll. Saat melakukan riset, penulis mempelajari beberapa hal yang perlu diterapkan oleh Barangbaku. Sehingga selain melakukan riset, penulis juga perlu melakukan pendataan mengenai beberapa hal yang perlu ditingkatkan dari Barangbaku seperti fitur yang perlu diperbaiki, kategorisasi mitra yang belum tepat, serta keterangan deskripsi informasi produk mitra yang membingungkan sehingga berpotensi untuk mengurangi minat beli pengunjung dll. Selama melakukan riset dan mendata hal-hal yang perlu diperbaiki, penulis juga mendapatkan beberapa solusi dan strategi untuk meningkatkan

kualitas *marketplace* Barangbaku. Selain itu pembimbing magang juga seringkali membahas hasil riset untuk mendiskusikan beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki.

Tugas untuk melakukan riset terhadap Barangbaku dan *marketplace* lainnya dapat membantu penulis dalam mendapatkan gambaran mengenai situasi Barangbaku saat ini, serta membantu penulis dalam mengidentifikasi masalah yang terjadi. Selain itu tugas yang diberikan kepada penulis oleh pembimbing lapangan, memberikan penulis kesempatan untuk melakukan riset *marketing* secara nyata.

Riset marketing ini sendiri menurut *American Marketing Association* (Nunan, 2020, p.18) merupakan fungsi yang menghubungkan konsumen, pelanggan, dan publik dengan pemasar melalui informasi yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan peluang dan masalah marketing menghasilkan, memperbaiki, dan mengevaluasi tindakan *marketing* memantau kinerja *marketing* dan meningkatkan pemahaman tentang *marketing* sebagai suatu proses. Riset *marketing* menentukan informasi yang diperlukan untuk mengatasi masalah ini, merancang metode untuk mengumpulkan informasi, mengelola dan menerapkan proses pengumpulan data, menganalisis hasil, dan mengkomunikasikan temuan dan implikasinya. Berdasarkan definisi tersebut, tentunya riset *marketing* merupakan hal yang penting untuk dilakukan.

Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam riset *marketing* merupakan salah satu contoh nyata dari hal-hal yang pernah penulis pelajari selama menjalani perkuliahan dalam mata kuliah *Growth Hacking* yang dimana dalam mata kuliah tersebut penulis diajarkan untuk melakukan riset dan berpikir

kritis, sehingga penulis dapat membuat sebuah strategi atau menerapkan sebuah teknik untuk mempercepat pertumbuhan bisnis sebuah startup. Serta aktivitas menganalisis kompetitor merupakan hal yang penting dimana sebuah perusahaan dapat menyadari kelemahan dan nilai jualnya, sehingga pemasar dapat memaksimalkan strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan.

B. Monitoring Media

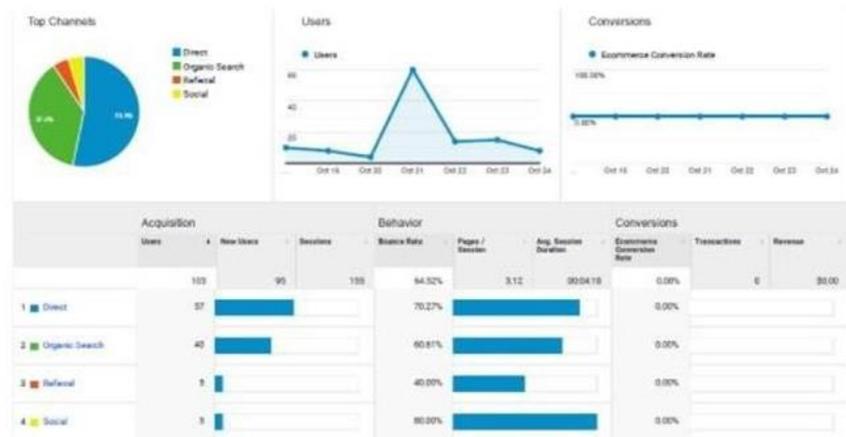
Selain menulis artikel untuk *website* blog Barangbaku, penulis juga ditugaskan untuk memantau dan menganalisis *traffic website marketplace* Barangbaku. Maka selain sering berkomunikasi dengan *Chief Officer Marketing*, penulis juga sering berkomunikasi dengan *Chief Technology Officer* untuk meminta data *Google Analytics Website Traffic* untuk memantau perkembangan jumlah kunjungan pada *website marketplace* Barangbaku. *Google Analytics Website Traffic* sendiri menurut Avinash Kaushik dalam bukunya *Web Analytics: An Hour a Day (Wiley)* merupakan analisis data kualitatif dan kuantitatif dari situs *website* untuk mendorong peningkatan dan pengalaman pengunjung, serta pelanggan yang potensial (Cutroni, 2010, p.1).

Google Analytics Website Traffic digunakan Barangbaku untuk mengetahui segmentasi dan kebiasaan pengunjung *website marketplace* Barangbaku, seperti yang dijelaskan oleh Cutroni (2010, p.4) salah satu kegiatan analisa *traffic website* adalah untuk melakukan segmentasi, untuk memahami bagaimana kinerja *traffic website* bekerja. Melalui pengamatan *traffic website*, pengamat dapat mengumpulkan informasi demografis tentang pengunjung situs *website* dan mengukur

bagaimana orang berinteraksi (Cutroni, 2010, p.12).

Dalam menjalankan aktivitas *monitoring* media, penulis bertujuan untuk memahami aktivitas dan kebiasaan pengunjung *website* Barangbaku. Hasil dari pengamatan yang didapatkan biasanya berupa data yang menunjukkan sebuah pola aktivitas atau performa *website*, yang dimana hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satunya interaksi media sosial yang dapat memicu jumlah pengunjung *website*, sehingga kegiatan observasi yang dilakukan diharapkan dapat memberikan sebuah kesimpulan yang dapat membantu Barangbaku dalam menjalankan strategi *marketing* dan pengemasan pesan yang baik. Dalam menjalankan aktivitas *monitoring* media penulis telah dibekali oleh ilmu yang berasal dari mata kuliah *Digital Strategic Communication & Data Analytics* yang dimana dalam mata kuliah tersebut, penulis diajarkan untuk memahami dan menggunakan media digital untuk aktivitas *marketing*.

Oct 18, 2021 - Oct 24, 2021



(Sumber data pribadi penulis, 2021)

Gambar 3.2. Statistik *Google Analytics Website Traffic*

Kesimpulan

- Pencarian secara direct meningkat dari 11 menjadi 27 (+16) dan pencarian secara organic menurun dari 9 menjadi 8 (-1), lalu pencarian secara refferal meningkat dari 0 menjadi 4 (+4) dan pencarian melalui media sosial meningkat dari 1 menjadi 4 (+3)
- Total pengguna meningkat dari 21 menjadi 40 (+19) dan pengguna baru meningkat dari 17 menjadi 32 (+15). 31 pengguna berasal dari Indonesia dan sisanya luar negeri
- Jumlah kunjungan meningkat dari 49 menjadi 79 (+30)
- Total halaman yang dibuka pengguna, menurun dari 374 menjadi 223 (-151)
- Durasi kunjungan menurun dari 11:07 menjadi 02:58 (-9) sehingga bounce rate meningkat karena adanya penurunan aktivitas pada website
- Pengunjung sebagian besar berada di Jakarta

(Sumber data pribadi penulis, 2021)

Gambar 3.3. Kesimpulan *Google Analytics Website Traffic*

C. Pesan Komersial

Penulis ditugaskan untuk membuat pesan komersial seperti pesan iklan untuk mengajak sebuah usaha untuk bergabung dengan *marketplace* Barangbaku sebagai mitra, pesan komersial tersebut dikemas dalam bentuk template teks ajakan melalui aplikasi *chatting whatsapp*, *direct message* melalui sosial media Instagram dan Gmail yang dikirimkan secara langsung pada penerima pesan atau calon mitra usaha. Setelah membuat pesan komersial, penulis perlu meminta pembimbing untuk memberikan saran dan masukan. Pesan langsung yang dipraktikkan oleh Barangbaku merupakan salah satu kegiatan *direct marketing*, menurut Tapp (2014, p.8) *direct marketing* merupakan sebuah disiplin dalam sistem pemasaran, pesan langsung merupakan salah satu cara yang digunakan dalam *direct marketing* yang dapat dilakukan melalui pers, telepon, daring dan sejumlah media lainnya. Pada Barangbaku media yang digunakan adalah media daring berupa sosial media Instagram, Gmail dan Whatsapp.



(Sumber data pribadi penulis, 2021)

Gambar 3.4. Template pesan komersial.

D. Mencari Alamat Kontak Mitra

Barangkaku merupakan *marketplace* yang masih baru saja berdiri, sehingga belum banyak memiliki mitra usaha atau toko yang bergabung dengan Barangkaku. Hal tersebut menjadi salah satu kendala Barangkaku untuk mendapatkan minat pengunjung, sehingga sebagai staf magang di bidang *marketing*, penulis diminta untuk membantu mencari kontak beberapa pengusaha lokal. Kontak tersebut penulis dapatkan melalui sosial media dan Internet, selain mendapatkan kontak calon mitra usaha baik berupa nomor *handphone*, alamat email atau sosial media.

Penulis juga perlu mendapatkan beberapa informasi lain seperti daerah calon mitra usaha dan mendatanya dengan template tertentu sehingga penulis bisa mendapatkan informasi lengkap mengenai calon mitra usaha dan sesuai dengan kategori yang penulis perlu cari. Beberapa kategori mitra usaha yang perlu penulis cari alamat kontakannya yaitu mitra usaha dengan kategori Perawatan Tubuh, Tekstil dan Perkebunan. Setelah

mendapatkan alamat kontak calon mitra, penulis ditugaskan untuk membagikan pesan komersial beserta dengan proposal mitra usaha melalui aplikasi *chatting* whatsapp untuk mengajak calon mitra usaha dan bergabung.

E. Penulisan Konten

Penulis diberikan tugas untuk menulis konten untuk *website* blog Barangbaku, sebelum menulis konten artikel. Penulis diberikan kebebasan untuk memilih topik dan gaya penulisan artikel, namun pada beberapa kesempatan penulis menerima permintaan topik dari pembimbing ataupun dari CEO jika terdapat beberapa hal yang ingin mereka sampaikan melalui artikel. Pada awalnya penulis mencoba untuk menganalisis target pembaca yang cocok untuk *website* blog Barangbaku, hal tersebut dilakukan agar penulis mendapatkan gambaran untuk jenis topik yang cocok untuk menarik pembaca blog dan menarik bagi seseorang yang berpotensi menjadi konsumen *marketplace* Barangbaku.

Hal tersebut seperti yang telah dikatakan oleh Chris Anderson (Young, 2014, p.16) bahwa menargetkan audiens secara mendetail dapat mendatangkan peluang besar bagi pemasar. Serta menurut Susan Gianinno selaku *Chairman and Chief Executive Officer*, dari *Publicis North America* (Young, 2014, p.23) berpendapat bahwa jika kita tidak mendalami pemahaman kita tentang audiens kita, kita tidak dapat memanfaatkan secara penuh era yang baru ini.

Maka dari itu Young (2014, p.32) berpendapat bahwa perencanaan komunikasi memungkinkan cara yang lebih strategis untuk menentukan pilihan media utama dan strategi koneksi. Hal tersebut beralih dari pekerjaan menyampaikan

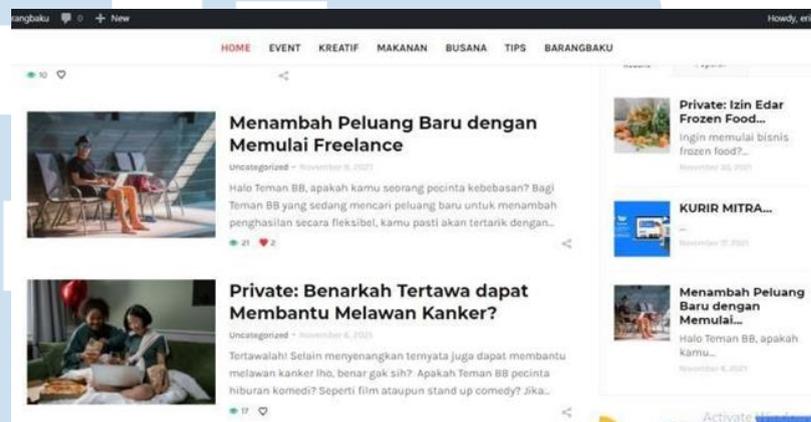
pesan kepada khalayak dan bergerak menuju pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana konsumen menerima dan menanggapi komunikasi. Setelah menganalisis target pembaca, penulis melakukan *brainstorming* untuk beberapa ide topik yang cocok dengan target pembaca.

Lalu hasil analisa dan ide tersebut perlu didiskusikan bersama dengan pembimbing untuk memastikan hasil analisis target pembaca beserta dengan topik artikel yang akan ditampilkan pada *website* blog. Maka proses penulisan artikel yang biasanya penulis lakukan adalah mulai dari meriset topik artikel, menentukan topik lalu mengkonfirmasi topik tersebut kepada pembimbing untuk mendapatkan masukan atau kritik. Setelah topik artikel diterima, penulis perlu meriset data yang diperlukan untuk menulis artikel lalu menulis artikel.

Setelah artikel telah selesai, penulis perlu mengirimkan artikel kepada pembimbing untuk mendapatkan saran dan kritik. Jika terdapat revisi, penulis perlu melakukan revisi terlebih dahulu lalu menerbitkan artikel tersebut dalam *website* blog dengan menambahkan beberapa gambar, kolom iklan dan editing terlebih dahulu. Penulisan artikel ini sendiri diaplikasikan oleh Barangbaku untuk melakukan promosi Barangbaku dengan memanfaatkan strategi SEO (*Search Engine Optimization*) melalui artikel blog Barangbaku. Maka dari itu, target pembaca artikel Barangbaku disesuaikan dengan target pengguna *marketplace* Barangbaku agar dapat memaksimalkan optimasi *traffic website* baik pada blog ataupun *marketplace* dengan memanfaatkan teknik SEO.

Hal tersebut sejalan dengan penjelasan Kundu (2021, p.83) yang menyatakan bahwa SEO (*Search Engine Optimization*) merupakan sekumpulan sistem untuk

mengoptimalkan halaman *web* dengan mesin penelusuran, berbagai peran SEO dalam strategi *marketing* dapat mengoptimalkan situs *web*, pencarian kata kunci, jaringan sosial dll. Dengan penggunaan SEO maka *website* Barangbaku dapat memaksimalkan fungsinya dan menjangkau lebih banyak pengunjung dengan munculnya *website* Barangbaku di barisan atas mesin pencarian.



(Sumber data pribadi penulis, 2021)

Gambar 3.5. Website blog Barangbaku

Selama menjalankan tugas untuk menulis konten artikel, penulis sebelumnya sudah dibekali dengan beberapa mata kuliah yang sebelumnya penulis pelajari dalam perkuliahan sehingga dapat membantu penulis untuk memenuhi tugas untuk menulis konten artikel. Terdapat dua mata kuliah yaitu mata kuliah *Creative Writing & Storytelling* yang membantu penulis dalam mengasah kemampuan untuk menulis secara kreatif, dalam mata kuliah tersebut penulis dilatih untuk membuat berbagai macam kontan berupa tulisan yang menarik dan kreatif sehingga selama menjalankan tugas magang, penulis merasa terbantu dengan adanya beberapa mata kuliah tersebut.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan kerja magang di marketplace Barangbaku, penulis mengalami beberapa kendala diantaranya :

- 3.3.1 Selama menjalankan kerja magang WFH (*Work From Home*) kendala yang seringkali dialami oleh penulis adalah masalah Internet, masalah seperti Internet yang lambat seringkali terjadi saat rapat berlangsung.
- 3.3.2 Saat menjalankan kerja magang, penulis diberikan beberapa tugas seperti menganalisa *traffic website* dan mempraktekkan teknik SEO yang dimana tugas tersebut tidak diajarkan secara mendalam ilmunya selama masa perkuliahan
- 3.3.3 Dalam menyusun laporan magang, penulis sulit menemukan dokumentasi berupa foto resmi dari perusahaan Barangbaku. Sehingga penulis tidak dapat banyak memberikan dokumentasi yang menggambarkan lokasi atau aktivitas yang telah dilakukan oleh Barangbaku.

3.4 Solusi untuk Kendala yang Ditemukan

Penulis telah menemukan solusi atas kendala yang terjadi selama melakukan praktek kerja magang, diantaranya :

- 3.4.1. Jaringan Internet yang kurang mendukung selama mengerjakan tugas magang, dapat penulis atasi dengan mengurangi penggunaan Internet pada perangkat lain seperti telepon genggam. Sehingga penggunaan WiFi hanya difokuskan pada perangkat yang digunakan untuk melakukan kerja magang saja, seperti laptop.
- 3.4.2. Diharapkan universitas kedepannya dapat mewadahi mahasiswa untuk mempelajari secara mendalam kemampuan menganalisa *traffic website* dan mempraktekkan teknik SEO sehingga

mahasiswa dapat memiliki kompetensi yang lebih dalam menjalankan pekerjaan. Namun, untuk saat ini penulis berusaha untuk mempelajari hal tersebut dari beberapa referensi terpercaya melalui internet.

- 3.4.3. Kesulitan mendapatkan foto dokumentasi mengenai Barangbaku untuk melengkapi laporan magang, dapat penulis atasi dengan menambahkan dokumentasi pribadi sehingga penulis dapat memberikan gambaran mengenai aktivitas yang dilakukan oleh Barangbaku.

