

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

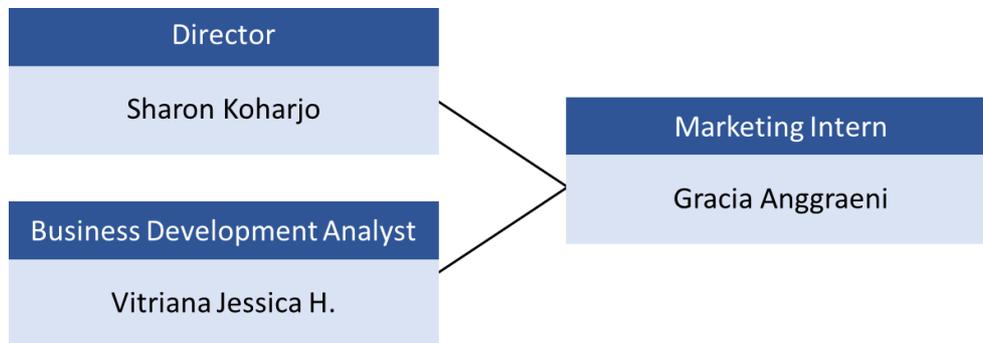
3.1.1 Kedudukan

Selama melaksanakan praktik kerja magang di PT Origo Edukasi Internasional, penulis ditempatkan sebagai *Marketing Intern* pada divisi Marketing. Dalam penugasannya, penulis dibimbing oleh Ibu Vitriana Jessica H. selaku *Business Development Analyst*. Sebagai *Marketing Intern*, penulis memiliki tanggung jawab utama untuk mendesain *social media campaign* yang berfokus pada pembuatan konten *social media* Instagram, memantau *trend* yang terjadi pada *social media*, dan mengevaluasi strategi *online marketing* yang dilakukan.

Selain berfokus pada kegiatan marketing, penulis juga terlibat dalam pekerjaan kreatif lainnya seperti merancang konsep video *company profile*, membuat *flyer* dan brosur, serta membuat desain kaus resmi perusahaan. Sebagai tugas tambahan, penulis juga diberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas selain dari tugas utama penulis. Dalam menyelesaikan tugas, penulis juga sesekali berkoordinasi dengan Ibu Sharon Koharjo, selaku *Director* untuk memohon persetujuan atas pekerjaan yang telah penulis selesaikan.

3.1.2 Koordinasi

Dalam melakukan praktik kerja magang sebagai *Marketing Intern* di PT Origo Edukasi Internasional, penulis berkoordinasi dengan Ibu Vitriana Jessica H. selaku *Business Development Analyst* dan Ibu Sharon Koharjo selaku *Director*. Berikut adalah alur koordinasi yang dilakukan penulis seperti ditunjukkan oleh gambar 3.1.



Sumber: PT Origo Edukasi Internasional

Gambar 3.1 Struktur Koordinasi Penulis

3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di PT Origo Edukasi Internasional sebagai *Marketing Intern* di divisi Marketing selama 3 bulan sejak 2 Juni 2021 hingga 2 September 2021. Berikut uraian pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang seperti ditunjukkan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Uraian Pekerjaan Penulis yang Dilakukan selama Praktik Magang

No	Jenis Pekerjaan	Koordinasi
<i>Social Media</i>		
1	Membuat <i>timeline</i> konten Instagram	Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>)
2	Melakukan <i>research</i> mengenai materi konten Instagram	<ul style="list-style-type: none"> Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>) Ibu Sharon Koharjo (<i>Director</i>)

3	Membuat desain konten Instagram berupa Instagram <i>feeds</i> dan Instagram <i>story</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>) • Ibu Sharon Koharjo (<i>Director</i>)
4	Membuat <i>caption</i> untuk kebutuhan konten Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>) • Ibu Sharon Koharjo (<i>Director</i>)
5	Mempublikasikan konten di Instagram dan Facebook melalui Hootsuite	Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>)
6	Membuat desain <i>highlight cover</i> Instagram dan <i>cover photo</i> LinkedIn	Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>)
7	Melakukan analisis dan mengevaluasi <i>social media campaign</i> pada Instagram	Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>)
Branding & Sales Promotion		
1	Merancang konsep video <i>company profile</i> , membuat <i>storyline video</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>) • Ibu Sharon Koharjo (<i>Director</i>)
2	Merancang konsep <i>giveaway</i> untuk membangun <i>traffic</i> pada akun Instagram	Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>)

<i>Creative Design</i>		
1	Membuat <i>flyer event</i> seperti <i>webinar</i> dan <i>workshop</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>) • Ibu Sharon Koharjo (<i>Director</i>)
2	Membuat <i>virtual background</i> Zoom untuk kebutuhan webinar	Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>)
3	Membuat desain kaus resmi perusahaan	Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>)
4	Mengedit brosur mengenai layanan yang ditawarkan perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>) • Ibu Sharon Koharjo (<i>Director</i>)
<i>Additional Tasks</i>		
1	Mencari dan menghubungi <i>video editor</i> untuk kebutuhan <i>video company profile</i>	Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>)
2	Mencari dan menghubungi akun Instagram <i>media partner</i> untuk memperoleh informasi <i>rate card paid promote</i> (untuk kebutuhan promosi <i>event</i>)	Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>)
3	Mencari dan menghubungi vendor kaus untuk melakukan pemesanan	Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>)
4	Membantu pekerjaan <i>Research Analyst</i> dengan melakukan <i>research</i> mengenai Universitas Indonesia <i>International Undergraduate Program</i>	• Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>)

		<ul style="list-style-type: none"> • Ibu Sharon Koharjo (<i>Director</i>)
5	Membantu menyampaikan materi saat <i>webinar</i> “ <i>Strengthen Your Graduate Application: Resume and Essay!</i> ”	<ul style="list-style-type: none"> • Ibu Vitriana Jessica H. (<i>Business Development Analyst</i>) • Ibu Sharon Koharjo (<i>Director</i>)

Sumber: Data Penulis, 2021

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan & Implementasi Kerja Magang

Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis memiliki tanggung jawab utama untuk mendesain *social media campaign* yang berfokus pada pembuatan konten *social media* Instagram dan Facebook, memantau *trend* yang terjadi pada *social media*, dan mengevaluasi strategi *online marketing* yang dilakukan. Secara garis besar, pekerjaan penulis dapat dikategorikan menjadi empat kategori, yaitu *Social Media*, *Branding & Sales Promotion*, *Creative Design*, dan *Additional Tasks*. Berikut adalah uraian pekerjaan yang dilakukan oleh penulis:

A. *Social Media*

1. Membuat *timeline* konten Instagram

Pada awal pelaksanaan kerja magang, penulis ditugaskan oleh Ibu Vitriana Jessica H. untuk melengkapi tabel perencanaan konten Instagram yang sebelumnya telah dibuat di Google Sheet. Penulis ditugaskan untuk mencari sebanyak-banyaknya ide konten, kemudian menempatkannya di *sheet* yang berisi ide kumpulan konten Instagram untuk beberapa bulan ke depan. Untuk mempermudah proses penjadwalan publikasi konten, penulis membuat tabel berupa kalender bulan Juni hingga September, kemudian merencanakan tanggal perkiraan publikasi beberapa konten terdekat dengan

memberi tanda pada *sheet* tersebut. Berikut adalah *timeline* konten Instagram yang dibuat oleh penulis pada gambar 3.2.

JUNE							JUNE		
Sunday	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday	Monday	Tuesday
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3
		Pancasila Day				Success Story: Nandi Anwar			
6	7	8	9	10	11	12	4	5	6
							Advice to Write The New Common App Essay Prompt		
13	14	15	16	17	18	19	11	12	13
							3 Reasons to Approach an Overseas Admission Consultant		
20	21	22	23	24	25	26	18	19	20
Success Story: Grace Jovita						Success Story: Patricia Felice	Guess That Mascot!		Eid al-Azha

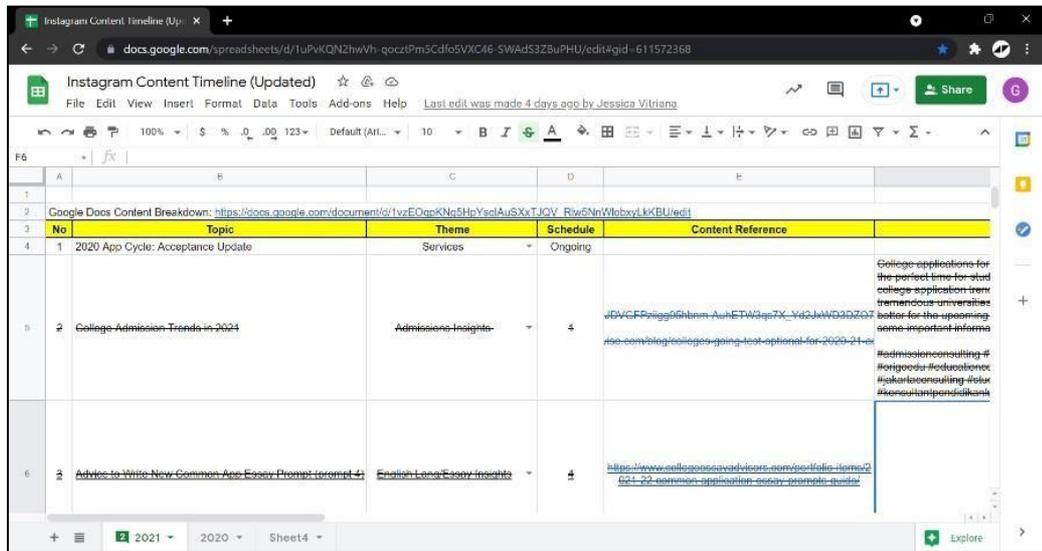
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.2 Timeline Konten Instagram

2. Melakukan *research* mengenai materi konten Instagram

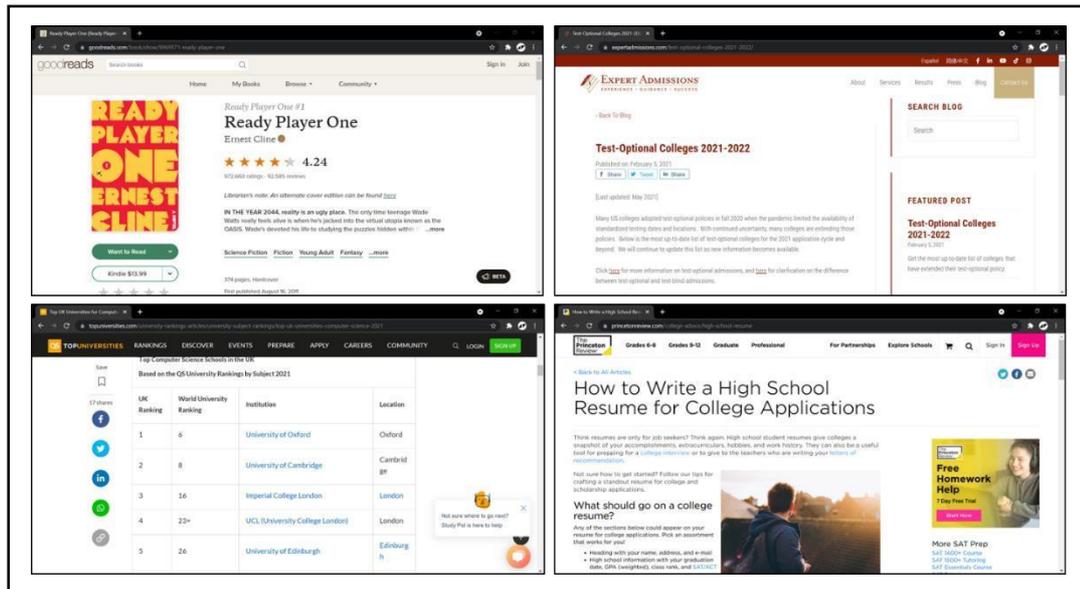
Dalam mengumpulkan ide konten Instagram, penulis melakukan *research* di internet mengenai hal-hal seputar pendidikan di luar negeri, tips untuk dapat diterima di universitas luar negeri, fakta menarik seputar universitas di luar negeri, *trend* dunia pendidikan yang sedang terjadi, dan lain-lain. Penulis diperbolehkan untuk mencari referensi materi konten Instagram melalui *website* ataupun akun *social media* yang terpercaya.

Ide konten yang sudah terkumpul kemudian akan diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori seperti *Admissions Insights*, *English Lang*, *Services*, *Activity Idea*, dan *Customized*. Ide konten yang sudah diusulkan penulis kemudian akan dilaporkan kepada Ibu Vitriana Jessica H. untuk ditinjau kembali. Jika materi konten sudah disetujui, maka penulis diperbolehkan untuk merangkum materi referensi di Google Docs. Berikut adalah contoh konten Instagram yang berhasil dikumpulkan oleh penulis pada gambar 3.3, dan proses *research* konten yang dilakukan penulis pada gambar 3.4.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.3 Kumpulan Ide Konten Instagram



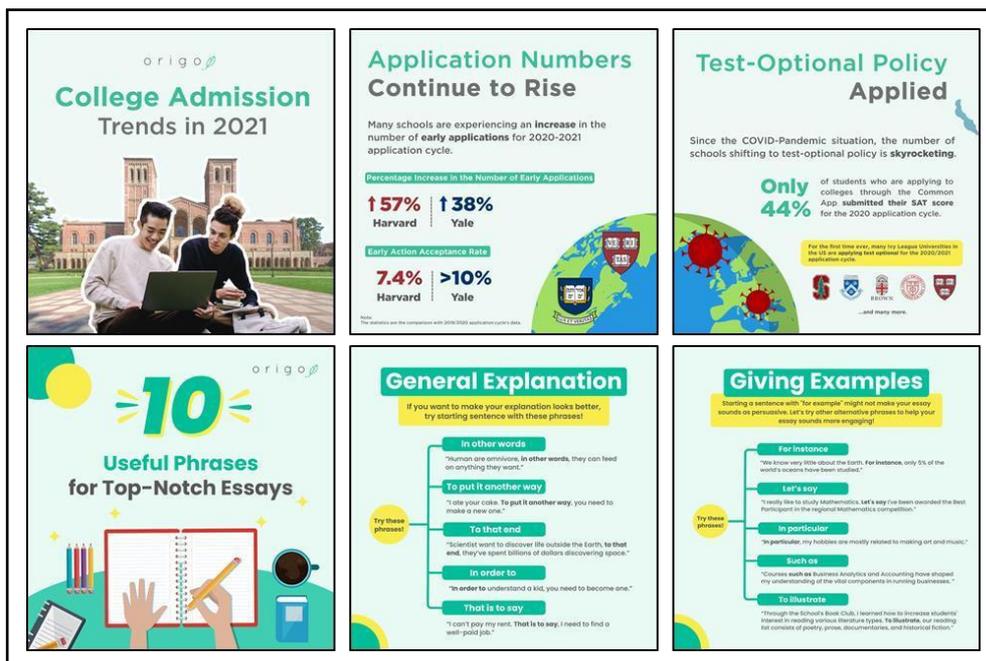
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.4 Proses *Research* Konten Instagram

3. Membuat desain konten Instagram berupa Instagram *feeds* dan Instagram *story*

Penulis ditugaskan oleh Ibu Vitriana Jessica H. untuk membuat 2 konten Instagram setiap minggunya. Pemilihan konten Instagram yang dibuat ditentukan melalui diskusi antara penulis dan Ibu Vitriana Jessica H. di setiap awal minggu. Jika konten yang ingin dipublikasikan sudah ditentukan, selanjutnya penulis akan membuat konten Instagram. Dalam membuat desain konten, penulis menggunakan *software* Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, dan Canva untuk membuat konten berupa gambar, serta *software* Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effect untuk membuat konten berupa video.

Setelah konten diselesaikan, selanjutnya penulis akan mengirimkan konten tersebut kepada Ibu Vitriana Jessica H. dan Ibu Sharon Koharjo untuk meminta persetujuan dan saran terkait materi konten dan desain visual dari konten. Berikut adalah contoh hasil konten Instagram *feeds* yang dibuat oleh penulis pada gambar 3.5 dan contoh hasil konten Instagram *story* pada gambar 3.6.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.5 Konten Instagram *Feeds*



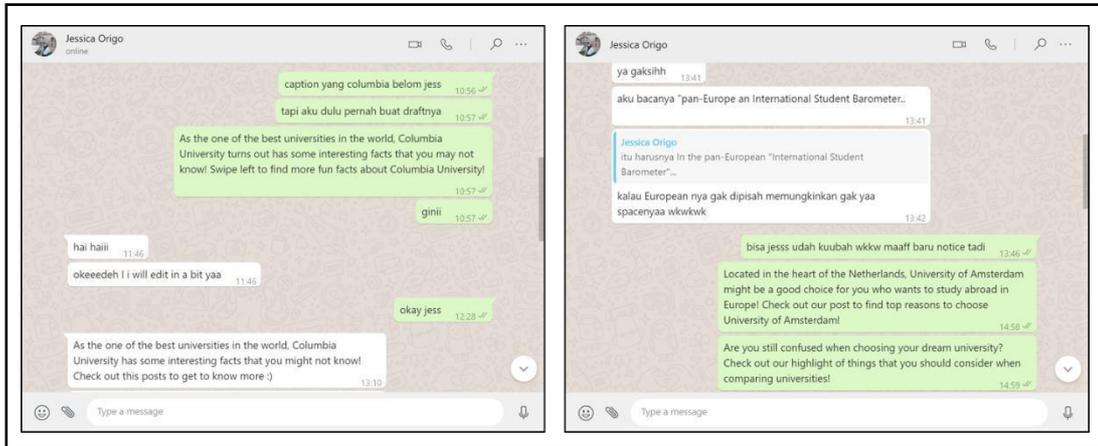
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.6 Konten Instagram *Story*

4. Membuat *caption* untuk kebutuhan konten Instagram

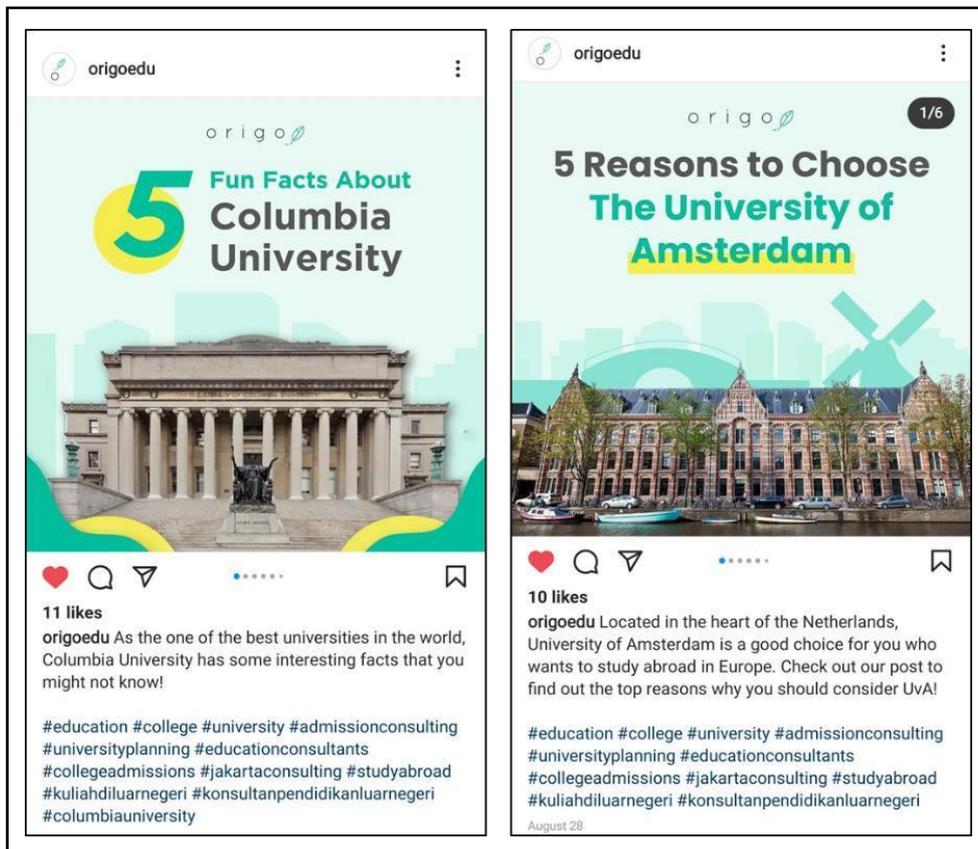
Setelah konten disetujui oleh Ibu Vitriana Jessica H., penulis diberi kesempatan untuk membuat draft *caption* konten Instagram dalam bahasa Inggris. *Caption* dapat dibuat sekreatif mungkin dengan gaya bahasa *semi-formal*, namun tetap harus memperhatikan tata bahasa dalam bahasa Inggris yang tepat. Setelah *draft caption* selesai dibuat, Ibu Vitriana Jessica H. dan Ibu Sharon Koharjo akan meninjau dan memberi *feedback* kepada penulis.

Caption yang sudah disetujui kemudian akan ditambahkan beberapa *hashtag* yang relevan dengan masing-masing konten. Tujuan menggunakan *hashtag* adalah untuk meningkatkan peluang konten tersebut dapat menjangkau *potential target audience*. Berikut adalah proses pelaporan *caption* yang telah dibuat penulis kepada Ibu Vitriana Jessica H. pada gambar 3.7, dan hasil akhir *caption* yang digunakan di Instagram pada gambar 3.8.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.7 Proses Pelaporan *Caption*

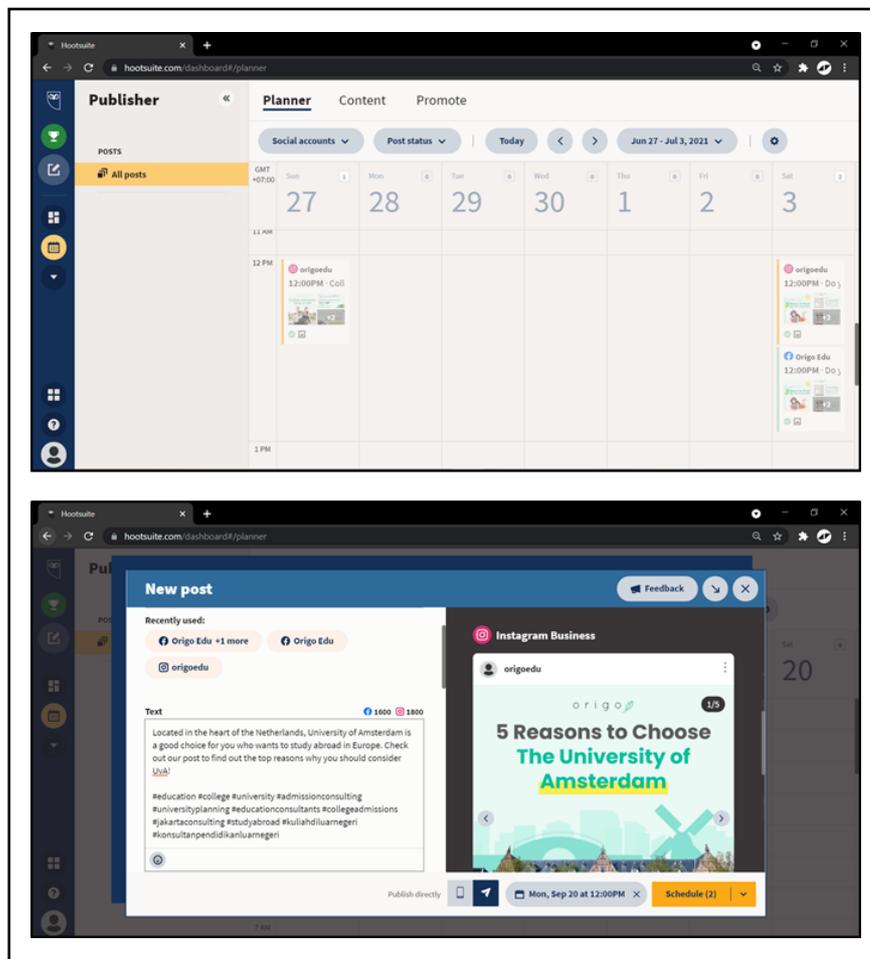


Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.8 Hasil Akhir *Caption*

5. Mempublikasikan konten di Instagram dan Facebook melalui Hootsuite

Konten social media yang sudah disetujui kemudian akan dijadwalkan untuk dipublikasikan di Instagram dan Facebook melalui platform *social media management* Hootsuite. Pada platform ini, penulis dapat menentukan jadwal publikasi, platform *social media* yang ingin digunakan, dan *publishing method* (*publish directly/publish via mobile notification*). Penjadwalan konten dilakukan dengan tujuan agar konten dapat dipublikasikan secara otomatis oleh Hootsuite pada waktu yang ditentukan. Jadwal publikasi konten mingguan biasanya dilakukan setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 12.00. Berikut adalah proses penjadwalan konten yang dilakukan di Hootsuite seperti ditunjukkan pada gambar 3.9.

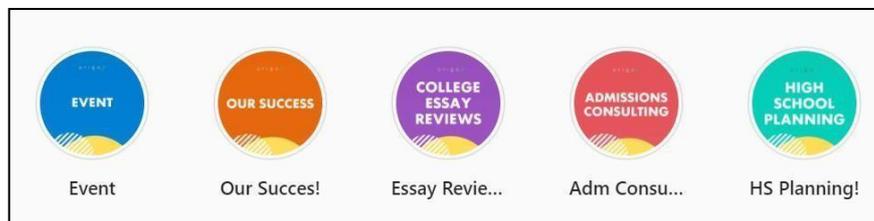


Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.9 Proses Penjadwalan Konten

6. Membuat desain *highlight cover* Instagram dan *cover photo* LinkedIn

Untuk memperbarui tampilan Instagram dan LinkedIn, penulis ditugaskan oleh Ibu Vitriana Jessica H. untuk membuat desain *highlight cover* Instagram dan *cover photo* LinkedIn. Berikut adalah hasil desain *highlight cover* Instagram yang dibuat oleh penulis seperti ditunjukkan pada gambar 3.10, dan hasil desain *cover photo* LinkedIn pada gambar 3.11.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.10 *Highlight Cover* Instagram



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.11 *Cover Photo* LinkedIn

7. Melakukan analisis dan mengevaluasi *social media campaign* pada Instagram

Penulis ditugaskan oleh Ibu Vitriana Jessica H. untuk memantau Instagram Insight setiap bulan, kemudian menuliskan *insight* tersebut pada Google Sheet. Pada *sheet* tersebut, penulis akan menuliskan beberapa informasi seperti *total posts*, *likes/views*, *account reached*, *impressions*, *new followers*, *content interaction*, *profile visits*, dan *website taps*. Analisis Instagram Insight dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi mengenai jenis konten yang diminati oleh *audience*, waktu publikasi yang tepat, pola interaksi *audience*, dan lain-lain. Dari hasil evaluasi tersebut dapat diketahui bahwa contohnya, *audience* lebih menyukai konten mengenai tips

dalam menulis *essay* atau *resume*. Berikut adalah tampilan Google Sheet yang berisi Instagram Insight setiap bulan seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.12.

Year 2021									
Month	Date	Total Posts	Likes/Views	Accounts Reached	Impressions	New Followers	Content Interaction	Profile Visits	Website Taps
January									
February									
March									
April		6 posts (1 video) 6 IG stories				5			
May		3 posts 3 IG stories				0			
June	May 30 - June 28	5 Feeds (2 in IGTV) 4 Stories	Average - Likes: 17.4 Top posts - Feed: Nandi (25 likes) - IGTV: Felice (16 likes)	Total: 364 Followers: 183 Non-Followers: 201 Top posts - Feed: Nandi (206) - Story: Pancasila Day (72) - IGTV: Felice (138)	2549	0	130	324	5
July	July 1 - July 31	12 Feeds 12 Stories	Average - Likes: 19 Top posts - Feed: Britzone 1st Class (41 likes)	Total: 417 Followers: 207 Non-Followers: 210 Top posts - Feed: Britzone 1st Class (215) - Story: Britzone 1st Class (90)	3796	17	233	335	15

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

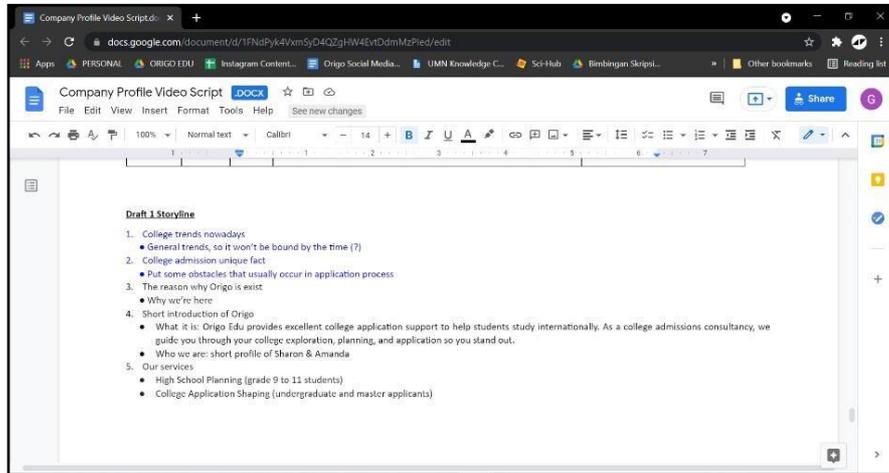
Gambar 3.12 Informasi Instagram Insight

B. Branding & Sales Promotion

1. Merancang konsep video *company profile*, membuat *storyline video*

Penulis ditugaskan untuk membantu Ibu Vitriana Jessica H. merancang konsep video *company profile*, karena sebelumnya PT Origo Edukasi Internasional belum pernah memiliki video *company profile*. Video tersebut direncanakan untuk ditampilkan pada laman *website* dan akun Youtube dari PT Origo Edukasi Internasional. Tujuan pembuatan video *company profile* adalah untuk mengenalkan PT Origo Edukasi Internasional kepada khalayak dengan cara yang lebih menarik.

Sebelum ditugaskan, penulis diberikan arahan oleh Ibu Vitriana Jessica H. untuk membuat konsep video yang secara garis besar menjelaskan tentang profil perusahaan itu sendiri, tujuan didirikannya perusahaan, serta *track record* yang berhasil dicapai oleh perusahaan. Penulis kemudian menuangkan ide konsep video dalam bentuk *Draft 1* di Google Docs, seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.13.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.13 Draft 1 Konsep Video Company Profile

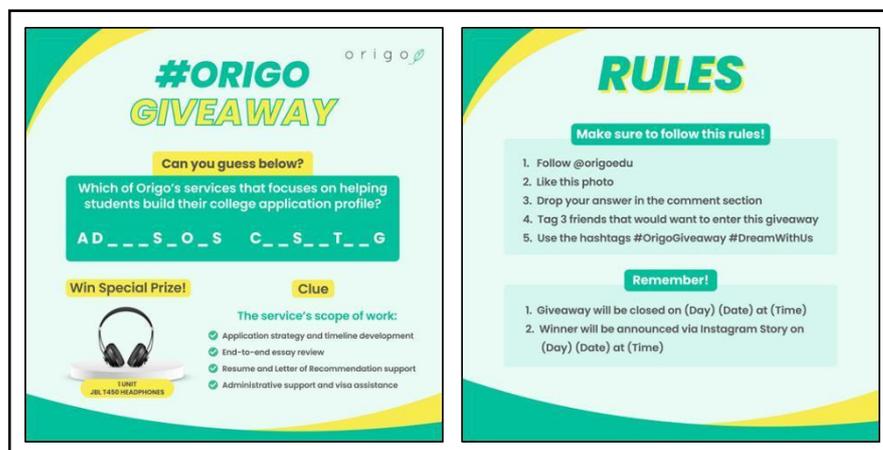
Draft 1 yang telah dibuat oleh penulis kemudian dilaporkan kepada Ibu Vitriana Jessica H. dengan tujuan untuk meminta *feedback*. Setelah *feedback* diberikan, penulis membantu Ibu Vitriana Jessica H. untuk menyempurnakan *draft 1* menjadi format yang lebih detail. Dengan bantuan Ibu Sharon Koharjo, konsep final video *company profile* terdiri dari 7 *scenes*, yaitu “*Who We Are, How to Engage Students, Challenging Moments, Challenges for the Students, Words for Origo, Our Track Record, dan Closing*” Berikut adalah konsep final video *company profile* pada gambar 3.14.

Scene	Duration (seconds)	Narrator	Video number	Script	Other Notes
Scene 1: Our History	35"	(to fill)		(suaranya sharon aja dengan latar ilustrasi) As the world becomes increasingly competitive, a university degree becomes even more paramount. With the rising cost of tuition fees, we understand that it is a big investment for you and your family to make. We're here to make sure you make the right decision for your university selections and guide you through that process.	animation: can we add illustrations to showcase the competitiveness of the college application process?
Scene 2: Who We Are	27"	Amanda (from start)	(Bareng)	My name is Amanda, I graduated from the University of California with a B.A. and Cum Laude honors in Economics and a minor in Global Poverty & Practice. Starting my career as a management consultant, I established Origo Edu with Sharon to help students get into their dream school. With my specialization in admission consulting for the US, UK, and Canada, I	Amanda Ng (Co-Founder Origo Edu) Sharon Koharjo

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.14 Konsep Final Video Company Profile

2. Merancang konsep *giveaway* untuk membangun *traffic* pada akun Instagram
- Penulis ditugaskan oleh Ibu Vitriana Jessica H. untuk merancang konsep awal *giveaway* untuk membangun *traffic* pada akun Instagram PT Origo Edukasi Internasional. Penulis kemudian menuangkan ide konsep *giveaway* pada Google Docs, dan membuat contoh desain konten *giveaway* menggunakan Adobe Illustrator. *Giveaway* tersebut berupa kuis mengenai salah satu layanan yang dimiliki PT Origo Edukasi Internasional, dan berhadiahkan satu buah barang bagi satu orang pemenang. *Giveaway* tersebut dapat diikuti oleh semua kalangan, dengan syarat mengikuti peraturan yang sudah ditentukan. Berikut adalah ide konsep *giveaway* yang dibuat oleh penulis dan kemudian sudah diberi *feedback* oleh Ibu Vitriana Jessica H. pada gambar 3.15.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.15 Konsep Giveaway

C. Creative Design

1. Membuat *flyer event* seperti *webinar* dan *workshop*

Pada setiap persiapan *event* seperti *webinar* dan *workshop*, penulis ditugaskan oleh Ibu Vitriana Jessica H. untuk membuat *flyer event*. Proses pembuatan *flyer* dapat terbagi menjadi dua tahap. Tahap pertama adalah pembuatan konten *flyer* berupa *wording* yang akan digunakan. Pada tahap ini, Ibu Vitriana Jessica H. akan membuat *draft wording*, yang kemudian akan

dibantu oleh penulis dalam prosesnya. Dengan kata lain, penulis hanya akan memberikan beberapa *feedback* atau saran terkait kalimat seperti apa yang digunakan, hal apa saja yang harus dicantumkan dalam *flyer*, dan lain-lain. Tahap selanjutnya adalah pembuatan desain konten. Pada tahap ini, penulis akan memvisualisasikan materi konten menjadi flyer dalam format *flyer* berukuran kertas A4, ataupun *flyer* dalam format Instagram *posts*. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis telah membuat 3 *flyer webinar*, dan 1 *flyer workshop*. Berikut adalah *flyer* yang dibuat oleh penulis seperti ditunjukkan pada gambar 3.16.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.16 Flyer Webinar dan Workshop

2. Membuat *virtual background* Zoom untuk kebutuhan *webinar*

Penulis ditugaskan oleh Ibu Vitriana Jessica H. untuk membuat *virtual background* Zoom yang akan digunakan pada saat *webinar* “*Graduate School Application: Things You Should Know Before Applying!*” dan “*Strengthen Your Graduate Application: Resume and Essay!*”. Pada proses pembuatannya, penulis menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Hasil desain yang sudah dibuat oleh penulis kemudian dilaporkan kepada Ibu Vitriana Jessica untuk memohon persetujuan dan *feedback*. Berikut adalah *virtual background* Zoom yang dibuat oleh penulis pada gambar 3.17.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.17 *Virtual Background Zoom*

3. Membuat desain kaus resmi perusahaan

Pada masa awal praktik kerja magang, penulis diminta untuk membuat desain kaus resmi perusahaan karena sebelumnya PT Origo Edukasi Internasional belum pernah memiliki *merchandise* perusahaan. Berdasarkan hasil diskusi antara penulis dengan Ibu Sharon Koharjo dan Ibu Vitriana Jessica H., penulis diminta untuk membuat desain kaus yang minimalis dan tidak membutuhkan banyak aksesoris. Penulis cukup untuk memasukkan aset seperti logo dan slogan perusahaan.

Dalam proses pembuatannya, penulis menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator. Sebagai bahan pertimbangan, penulis mengajukan 3 desain kaus yang masing-masing terdiri dari desain kaus bagian depan dan belakang. Setelah hasil desain diberikan kepada Ibu Sharon Koharjo dan Ibu Vitriana Jessica H., disepakati untuk menggunakan desain kaus bagian depan pilihan 1, tanpa menggunakan desain pada bagian belakang. Berikut adalah desain yang diajukan oleh penulis pada gambar 3.18, dan desain akhir yang disetujui pada gambar 3.19.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.18 Desain yang Diajukan

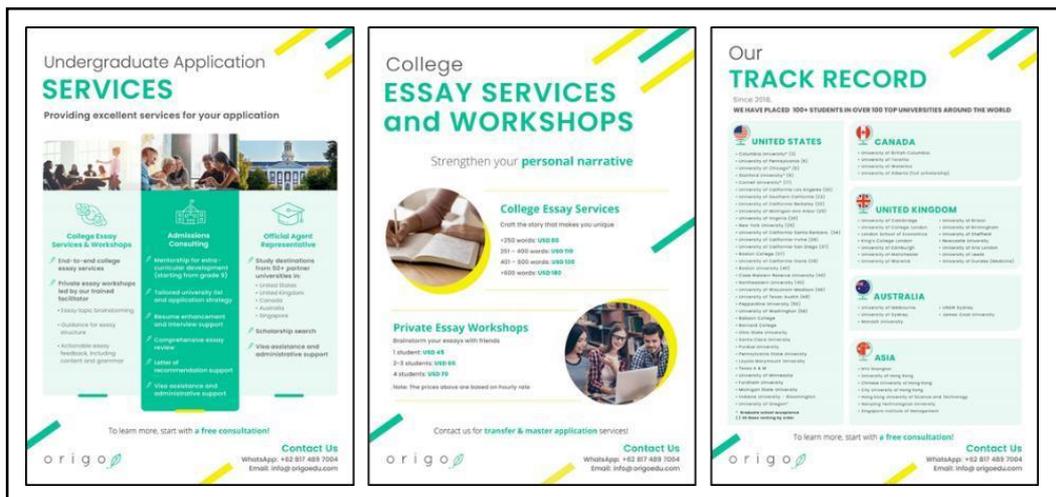


Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.19 Desain Akhir yang Disetujui

4. Mengedit brosur mengenai layanan yang ditawarkan perusahaan

Penulis ditugaskan oleh Ibu Vitriana Jessica H. untuk mengedit brosur layanan yang sebelumnya sudah pernah dibuat. Brosur tersebut dibedakan menjadi 3 jenis berdasarkan layanan yang dimiliki, yaitu *Undergraduate Services*, *Master Services*, dan *Transfer Services*. Dengan arahan dari Ibu Sharon Koharjo dan Ibu Vitriana Jessica H., penulis mengedit beberapa hal seperti mengganti *wording* dan gambar, mengubah susunan halaman pada brosur, mengganti warna dan jenis *font*. Berikut adalah brosur yang telah diedit oleh penulis pada gambar 3.20.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

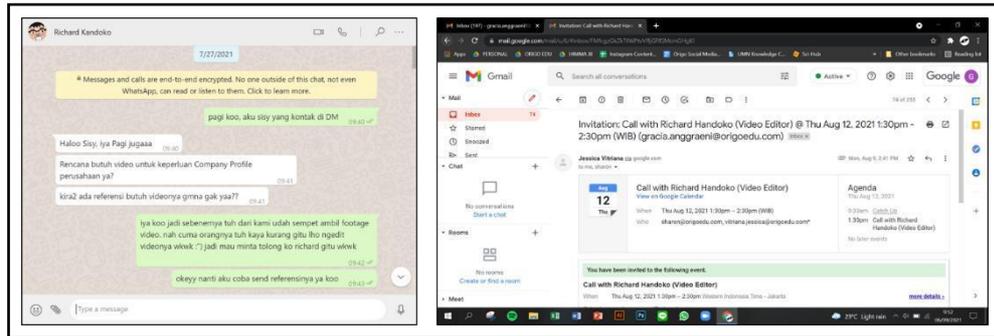
Gambar 3.20 Hasil Akhir Brosur

D. Additional Tasks

1. Mencari dan menghubungi *video editor* untuk kebutuhan *video company profile*

Penulis ditugaskan untuk mencari *video editor* untuk mengedit video, terutama dalam hal *motion graphic*. Setelah penulis berhasil menemukan *video editor* yang unggul, penulis melaporkan kepada Ibu Sharon Koharjo dan Ibu Vitriana Jessica H. untuk mempertimbangkan calon *video editor* tersebut. Dalam hal ini, penulis juga diberi tanggung jawab untuk berkoordinasi dengan

video editor dalam membahas konsep *motion graphic* yang ingin digunakan dalam video. Berikut adalah proses yang dilakukan penulis dalam menghubungi *video editor* pada gambar 3.21.



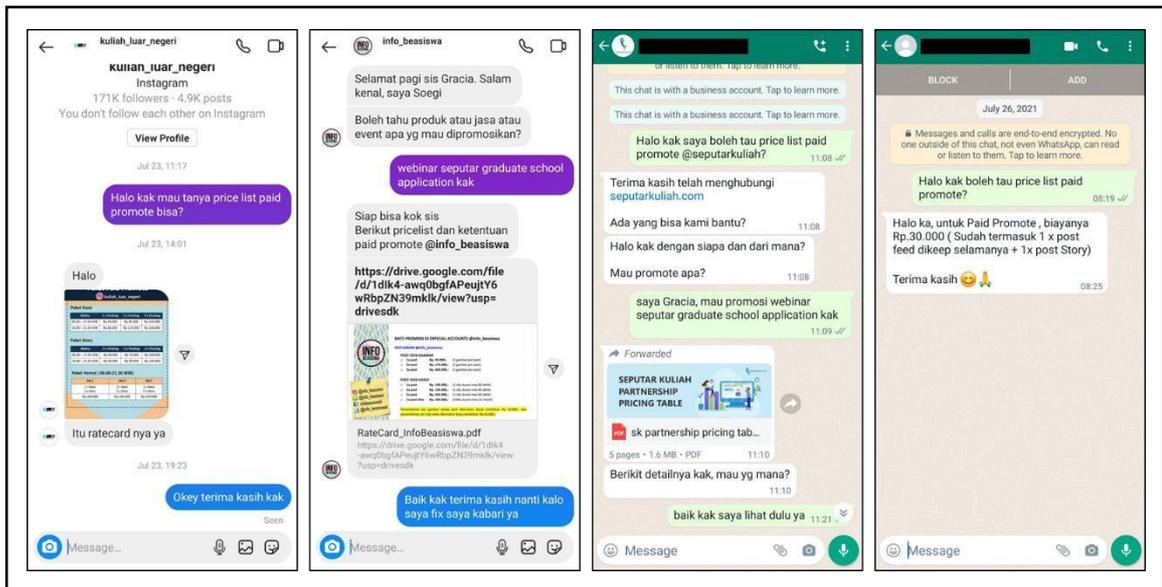
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.21 Proses Menghubungi *Video Editor*

2. Mencari dan menghubungi akun Instagram *media partner* untuk memperoleh informasi *rate card paid promote* (untuk kebutuhan promosi *event*)

Sebelum pelaksanaan *webinar*, penulis ditugaskan untuk mengumpulkan informasi mengenai *rate card paid promote* dari akun Instagram *media partner* yang bergerak di bidang pendidikan. Tujuan pengumpulan informasi *rate card paid promote* adalah untuk mempertimbangkan apakah kegiatan promosi *webinar* harus menggunakan bantuan *paid promote* atau tidak. Penulis dibebaskan untuk mencari akun *media partner* manapun, asalkan terpercaya dan memiliki *followers* yang cukup banyak.

Penulis menghubungi beberapa akun *media partner*, dan kemudian mengumpulkan informasi *rate card* ke dalam Google Sheet. Untuk mempermudah proses pertimbangan, penulis hanya memasukkan informasi berupa paket *paid promote* terbaik dari masing-masing akun *media partner* di Google Sheet. Berikut adalah proses pencarian *rate card paid promote* pada gambar 3.22, dan kumpulan informasi *rate card* di Google Sheet pada gambar 3.23.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.22 Proses Pengumpulan Informasi *Rate Card*

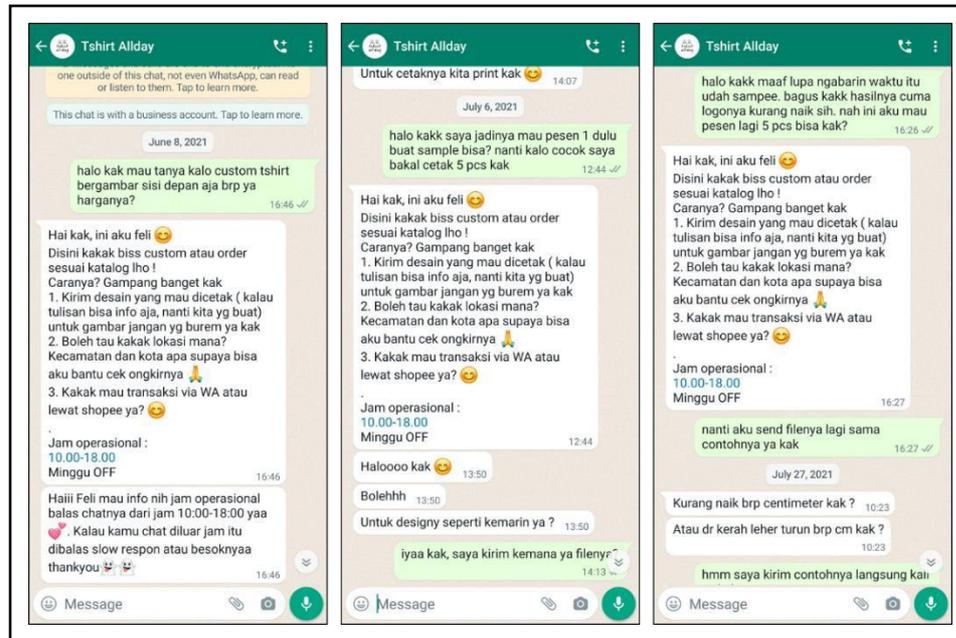
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.23 Kumpulan Informasi *Rate Card*

3. Mencari dan menghubungi vendor kaus untuk melakukan pemesanan

Setelah desain kaus yang diinginkan sudah ditentukan, penulis bertanggung jawab untuk mencari dan menghubungi vendor kaus yang sesuai untuk melakukan pemesanan. Dalam mencari vendor kaus, penulis menggunakan media Instagram, Shopee, dan internet. Setelah menemukan

vendor kaus yang sesuai, penulis melakukan pemesanan via WhatsApp. Berikut adalah percakapan antara penulis dengan vendor kaus dalam melakukan pemesanan pada gambar 3.24.



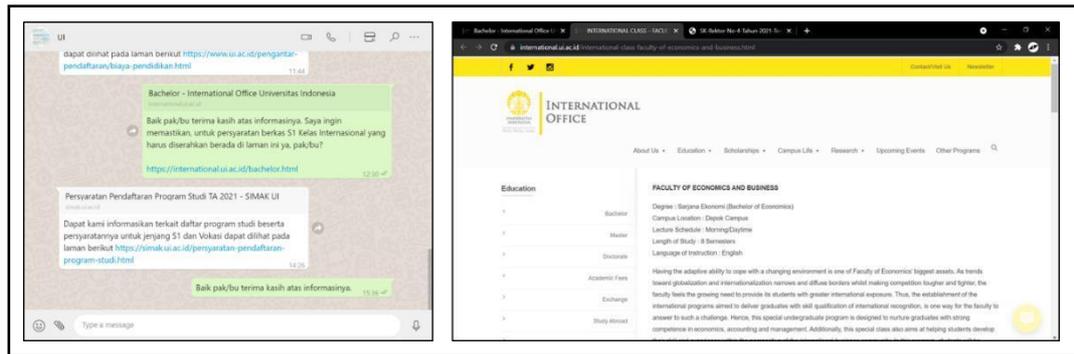
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.24 Proses Pemesanan Kaus

4. Membantu pekerjaan *Research Analyst* dengan melakukan *research* mengenai Universitas Indonesia *International Undergraduate Program*

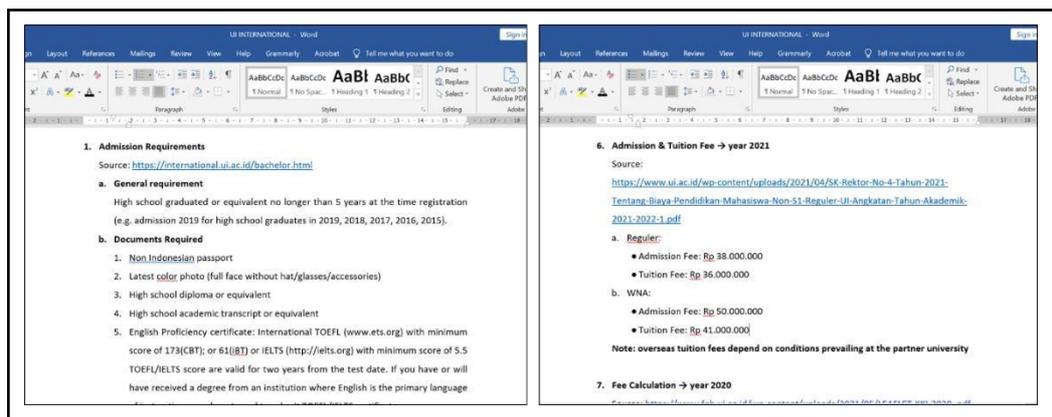
Penulis diberikan kesempatan untuk membantu pekerjaan *Research Analyst* dengan mengumpulkan informasi mengenai Universitas Indonesia *International Undergraduate Program*. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan informasi yang mendalam kepada klien dalam mempertimbangkan beberapa universitas yang menyediakan program *International Undergraduate*. Dalam proses *research*, penulis mencari informasi melalui situs resmi Universitas Indonesia dan juga menghubungi narahubung yang tersedia. Melalui proses *research*, penulis berhasil mengumpulkan beberapa informasi seperti *admission requirements, admission procedure, admission schedule, curriculum, admission & tuition*

fee, fee calculation, dan lain-lain. Berikut adalah proses research yang dilakukan penulis pada gambar 3.25, dan beberapa informasi yang berhasil dikumpulkan pada gambar 3.26.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.25 Proses *Research* Universitas Indonesia International Undergraduate Program



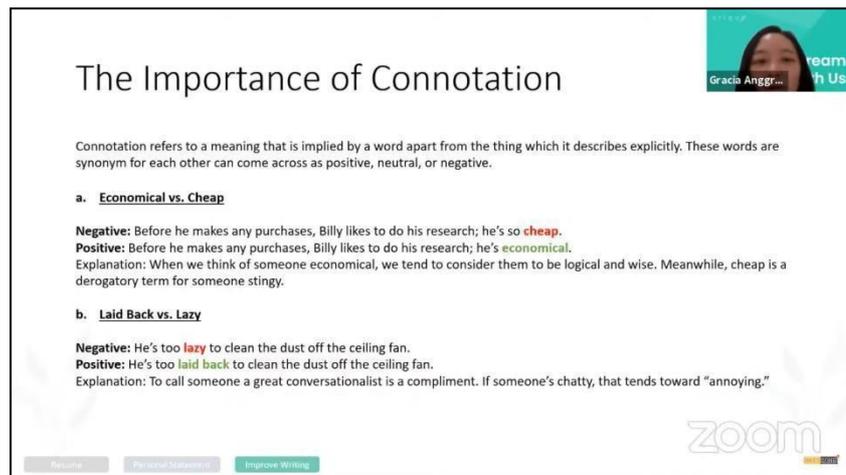
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.26 Informasi yang Berhasil Dikumpulkan

5. Membantu menyampaikan materi saat *webinar “Strengthen Your Graduate Application: Resume and Essay!*

Pada saat pelaksanaan webinar “*Strengthen Your Graduate Application: Resume and Essay!*”, penulis diberi kesempatan untuk membantu membawakan materi mengenai “*Graduate College Application:*

Improve Your Writing”. Beberapa materi yang dibawakan oleh penulis adalah *the importance of connotation, grammar tips, writing process*, dan tips menulis lainnya. Berikut adalah dokumentasi ketika penulis sedang membawakan salah satu materi *webinar* pada gambar 3.26.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3.27 Penulis Sedang Membawakan Materi Webinar

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

A. *Social Media*

Dalam kategori pekerjaan *Social Media*, penulis menemukan beberapa kendala sebagai berikut:

1. Sulitnya membuat beberapa konten bertema edukasi

Penulis terkadang merasa kesulitan untuk membuat konten bertema edukasi terutama yang berkaitan dengan sistem *admission* yang diterapkan kampus di luar negeri. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan penulis mengenai kampus di luar negeri.

2. Sulitnya membuat *caption* konten *success story*

Penulis merasa kesulitan dalam membuat *caption* konten *social media*, khususnya pada konten *success story*. *Succes story* adalah kategori konten yang menceritakan tentang kesuksesan klien ketika diterima di kampus impiannya. Hal yang menyebabkan penulis

kesulitan dalam melakukan kegiatan ini adalah karena penulis kurang memiliki pengalaman menulis secara kreatif (*creative writing*), serta minimnya pengetahuan penulis mengenai kosa kata bahasa Inggris yang jarang digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Sulitnya meningkatkan *engagement rate* akun Instagram yang rendah

Pada beberapa konten Instagram yang diunggah oleh penulis, masih terlihat bahwa proses komunikasi hanya terjadi secara satu arah, yaitu dari PT Origo Edukasi Internasional ke *audience*. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *like*, *comment*, dan *reply* yang masih rendah pada beberapa konten.

B. Branding & Sales Promotion

1. Sulitnya membuat *script video company profile* dalam bahasa Inggris

Dalam merancang konsep video *company profile*, penulis memiliki kesulitan ketika menulis *script video*. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan penulis mengenai kosa kata bahasa Inggris yang jarang digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

A. Social Media

1. Sulitnya membuat beberapa konten bertema edukasi

Penulis berusaha untuk mempelajari berbagai istilah dan kebijakan yang diterapkan pada sistem pendidikan di luar negeri. Penulis seringkali membaca artikel atau berita dari berbagai sumber, menonton video penjelasan atau *vlog* dari mahasiswa yang berkuliah di luar negeri, dan terkadang bertanya kepada Ibu Vitriana Jessica H. mengenai hal-hal yang tidak dipahami.

2. Sulitnya membuat *caption* konten *success story* dalam bahasa Inggris

Penulis biasanya menulis *draft caption* dalam bahasa Indonesia terlebih dahulu, agar dapat lebih mudah menggambarkan ide pokok yang ingin disampaikan. Selanjutnya penulis akan mencoba

menerjemahkan *caption* tersebut ke dalam bahasa Inggris menggunakan kemampuan pribadi penulis. Jika penulis menemukan kesulitan, biasanya penulis mencari referensi susunan kalimat ataupun kosa kata yang unik melalui berbagai sumber, seperti *dictionary.cambridge.org*, *merriam-webster.com*, *thesaurus.com*, dan lain-lain.

3. Sulitnya meningkatkan *engagement rate* Instagram yang rendah

Penulis dan Ibu Vitriana Jessica H. seringkali mengeksplorasi jenis konten selain konten edukasi agar *audience* tidak merasa bosan (contoh: fakta menarik seputar universitas, rekomendasi buku untuk dibaca saat liburan). Agar lebih menarik perhatian, penulis juga membuat konten interaktif seperti kuis di *feed* dan *story* dengan dukungan fitur Instagram (*question box*, *featured sticker*).

B. Branding & Sales Promotion

1. Sulitnya membuat *script video company profile* dalam bahasa Inggris

Penulis diperbolehkan untuk membantu Ibu Vitriana Jessica H. dengan hanya memberi *insight* mengenai hal apa saja yang sebaiknya disertakan di dalam *script video*. Dengan kata lain, penulis tidak diwajibkan untuk secara langsung menulis *script video*. Di sisi lain, penulis diberi kesempatan untuk memberi *feedback* terkait *cinematography* dan *motion graphic* yang ingin digunakan pada video.

3.4 Peran Content Features dalam Meningkatkan Social Media Engagement

Selama melaksanakan praktik kerja magang di PT Origo Edukasi Internasional, penulis memperoleh pengetahuan mengenai pentingnya peran *content features* dalam meningkatkan *social media engagement*. Seiring dengan berkembangnya internet, *social media* menjadi salah satu platform bagi suatu *brand* untuk menyampaikan pesan kepada konsumen (Moran et al., 2019). *Social media* menjanjikan *brand* untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen yang

secara aktif terlibat (*engaged*) dan memiliki keinginan untuk berinteraksi dengan brand tersebut (Mangold & Faulds, 2009; Moran et al., 2019).

Sejak tahun 2018, PT Origo Edukasi Internasional telah menggunakan *social media* yaitu Instagram, sebagai salah satu platform untuk memperkenalkan *brand* dan layanan yang dimiliki secara *online*. Seiring dengan berjalannya waktu, PT Origo Edukasi Internasional sampai saat ini sudah memiliki 404 *followers*. Dengan adanya kehadiran *audience* khususnya *followers*, PT Origo Edukasi Internasional memiliki tanggung jawab lain yaitu menjaga dan meningkatkan *customer engagement* pada *social media*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Moran et al. (2019), diketahui bahwa *customer engagement* dapat diperoleh dengan mengkombinasikan penggunaan *interactive cues* dan *media richness* seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.28. Melalui tabel tersebut, dapat diketahui bahwa suatu *brand* dapat menyesuaikan *message format* untuk memperoleh *behavioural outcome* yang diinginkan (*click, likes, comments, share*).

Desired behavioral outcome	CTA	Media richness
Click	Ask a question	Video
Likes	Call to action to click	Photo
Comments	Ask a question	Not determined (all equal)
Share	Ask to share	Photos + videos

Sumber: Moran et al., 2019

Gambar 3.28 Rangkuman *Best Message Format* berdasarkan *Behavioral Outcome* yang Diinginkan

Pada pelaksanaan praktik kerja magang, terdapat masalah dalam meningkatkan *social media engagement*. Menurut pengamatan penulis, terdapat beberapa faktor yang melatarbelakangi masalah tersebut:

1. Minimnya penggunaan teknik *Call to Action (CTA)* pada setiap konten

Teknik *CTA* biasanya hanya digunakan pada konten bertema *entertain* seperti quiz, yang dimana penulis biasanya mencantumkan kalimat seperti “*Guess that Macot*”. Sedangkan pada konten lainnya, penulis hanya menggunakan kalimat *CTA* pada *caption* seperti “*Check out our guidlelines to get writing!*”, yang dimana tidak semua *audience* akan membaca seluruh *caption* karena umumnya *audience* akan lebih terfokus pada konten tersebut. Hal ini membuat *audience* tidak memiliki dorongan untuk secara langsung *engage* pada konten, sehingga beberapa *audience* mungkin hanya sekedar melihat atau membaca konten kemudian melewatkannya.

2. Minimnya penggunaan *media richness* selain *photo* dan *text*

Selama penulis membuat konten *social media*, penulis biasanya hanya mengandalkan *photo* (terkadang berupa ilustrasi) dan *text*. Sementara penggunaan video biasanya hanya digunakan pada konten tertentu seperti konten *success story*. Pada konten tersebut, biasanya klien akan membuat video testimoni mengenai kepuasan mereka dalam menggunakan layanan PT Origo Edukasi Internasional.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan Moran et al. (2019), terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan PT Origo Edukasi Internasional dalam menjaga dan meningkatkan *social media engagement*:

1. *Clicks*

Clicks dapat diperoleh dengan cara mengajukan pertanyaan dan menggunakan konten berbasis video. PT Origo Edukasi Internasional dapat lebih mempertimbangkan penggunaan konten berbasis video, terutama saat ini Instagram sudah memiliki fitur Reels, yang dimana *audience* dapat menikmati konten melalui video berdurasi singkat. Konten dengan karakteristik tersebut dapat dimanfaatkan jika suatu saat PT Origo Edukasi Internasional ingin

meningkatkan *website traffic* atau ketika mempromosikan *event* yang akan dilaksanakan, dengan tujuan mendorong *audience* mengeklik *link* registrasi *event*.

2. *Likes*

Likes dapat diperoleh dengan menggunakan *CTA* (mengajak *audience* untuk *like* konten *social media*), yang kemudian dikombinasikan dengan penggunaan konten berbasis foto. Oleh karena itu, PT Origo Edukasi Internasional dapat memaksimalkan penggunaan foto pada konten *social media* dan juga menggunakan teknik *CTA*, seperti mengajak *audience* untuk *like* konten tersebut jika mereka menyukainya.

3. *Comments*

Comments dapat diperoleh dengan mengajukan pertanyaan pada *audience* dan memanfaatkan *rich media format* apapun (*photo/video/link/text*). Oleh karena itu, PT Origo Edukasi Internasional dapat menyisipkan pertanyaan pada konten yang diunggah, sehingga pertanyaan tersebut tidak hanya tertulis di *caption* saja. Pertanyaan tersebut dapat dituliskan di setiap akhir materi, contohnya pada di setiap *slide* akhir dari *carousel post*. PT Origo Edukasi Internasional juga dapat menggunakan teknik *CTA* seperti meminta mereka untuk menuliskan komentar atau *tag* teman mereka di *comment section*.

4. *Shares*

Shares dapat diperoleh dengan mengajak *audience* untuk membagikan konten kepada orang lain, yang dikombinasikan dengan penggunaan *rich media* berupa foto dan video. Berdasarkan hal tersebut, PT Origo Edukasi Internasional dapat memaksimalkan penggunaan *CTA* berupa ajakan bagi *audience* untuk membagikan konten tersebut kepada orang di sekitarnya. Hal ini kemudian akan mendorong *audience* untuk turut membagikan konten tersebut.