



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

Peserta magang dalam melakukan praktik kerja langsung berada di divisi *digital content creator* dibawah bimbingan Riza Fanani Novianto sebagai *Head of Social Media*, selama praktek magang berlangsung, peserta magang berkoordinasi dan melakukan tugas-tugas untuk membantu meningkatkan *awareness* serta promosi melalui aplikasi video singkat Tiktok Moservice.id.

Pekerjaan yang dilakukan mulai dari analisis konten kompetitor, *brainstorming* pembuatan ide kreatif, pembuatan *script* dan *storyline*, *take video*, *uploading* konten, pembalasan komentar, dan membuat analisis laporan setiap bulan. Alur pembuatan dan pendistribusian dipantau secara langsung oleh Riza Fanani Novianto, apabila konten sudah sesuai dengan *briefing* yang diberikan maka dilakukan persetujuan dan pengunggahan konten secara langsung di akun Tiktok Moservice.id.

Peserta magang juga berkoordinasi dengan Iwa Santoso Rizki sebagai *Head Of Business Development* Moservice.id dan Toga Ari Warta Suparman divisi *Business Development* Moservice.id di bagian *Digital Business Development* terkait promo-promo yang sedang berlangsung agar berkesinambungan dengan konten yang akan di *upload*, bengkel yang akan diliput serta aktivitas media sosial seperti kuis dan *giveaway* yang dilakukan di Instagram dan Tiktok. Praktek kerja magang dilakukan 60 hari terhitung dari 21 Agustus hingga 21 November 2021.

3.2 Tugas yang dilakukan

Pekerjaan yang dilakukan oleh peserta magang dalam melakukan praktek kerja secara langsung di Moservice.id PT.Adira Dinamika Multi Finance Tbk sebagai berikut:

Table3. 1 Timeline

Pekerjaan yang dilakukan		Waktu Pelaksanaan															
		Agustus			September				Oktober				November				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Sosial Media Marketing	Membuat rancangan strategi konten digital Tiktok Moservice.id																
	Membuat konten Tiktok Moservice.id																
	Shooting acara untuk publikasi konten digital																
	Membuat caption yang akan di upload di sosial media terutama Tiktok																
	Membuat annual report EP (like, comment, reach, profile, visit, and result followers)																
	Melakukan pengunggahan ulang konten Tiktok ke Instagram Reels																

(Sumber Data Olahan Penulis, 2021)

1. Membuat rancangan strategi konten digital Tiktok Moservice.id
2. Membuat konten Tiktok Moservice.id.
3. *Shooting* acara untuk publikasi konten *digital*.
4. Membuat *caption* yang akan di *upload* di sosial media terutama Tiktok.
5. Membuat *annual report* EP (like, comment, save, reach, profile visit, dan result followers).
6. Melakukan pengunggahan ulang konten Tiktok ke Instagram reels.

3.3 Uraian Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Dalam melakukan praktek kerja magang pada hari pertama peserta magang melakukan presentasi usulan mengenai strategi dan konten yang akan dibuat pada 1 bulan ke depan, selanjutnya melakukan *brainstorming* bersama serta mengkaji hal-hal yang dapat dilakukan dalam proses peliputan dan pembuatan konten seperti program berkunjung ke bengkel, promo yang akan masuk ke dalam konten video, informasi menarik seputar mobil, servis mobil dan bengkel. Peserta magang diberikan informasi *password* Tiktok, Instagram dan Email yang berkaitan dengan Moservice.id agar mudah dalam melakukan pendistribusian konten, hal tersebut berkesinambungan dengan mata kuliah yang pernah peserta magang pelajari yaitu *Digital Strategic Communication & Data Analytics*.

3.3.1 Social Media Marketing

Media sosial merupakan sebuah media dimana penggunanya dapat saling berbagi suatu informasi dalam bentuk teks, video, *audio*, maupun gambar kepada sesama penggunanya, baik antar individu ataupun perusahaan (Philip Kotler; Kevin Lane Keller, 2012, p. 568).

Social Media Marketing adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuannya untuk membangun *awareness*, *recognition*, *recall*, dan *action* pada berbagai entitas seperti organisasi, orang, dan lain sebagainya, dengan memanfaatkan sosial media (Gunelius, 2011). Dalam mengelola media sosial tersebut, tentunya harus dengan pembuatan konten yang kreatif dan juga informatif agar dapat meningkatkan *engagement* serta *awareness*.

Hal tersebut dilakukan PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk terutama Moservice.id guna meningkatkan kesadaran *brand* yang baru berdiri selama 2 tahun ini, dengan penggunaan sosial media yang aktif serta *engagement* yang dibangun antara *brand* dan audiens akan membuat masyarakat mengetahui keberadaan Moservice.id serta meningkatkan penjualan. Berikut alur pembuatan konten hingga pendistribusian konten yang dilakukan di PT.Adira Dinamika Multi Finance Tbk :

Tabel 3.2 Alur Pembuatan Konten

1. Melakukan <i>brainstorming</i> konten dengan <i>Head Of Social Media</i> .
2. Melakukan strategi konten, tim content creator akan menulis EP berupa referensi, tema, visual, <i>copy visual</i> , <i>voice over</i> , <i>caption</i> , dan <i>sound</i> sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
3. Pembuatan konten dan pengeditan.
4. konten video yang sudah diedit diberikan kepada head of Sosial Media.
5. Pengunggahan ulang konten di akun reels Instagram.

(Sumber Data Olahan Penulis, 2021)

Dalam melakukan perencanaan, terdapat 4 proses perencanaan yang dilakukan menurut (Syuderajat, F., & Puspitasari, 2017, pp. 88–89)

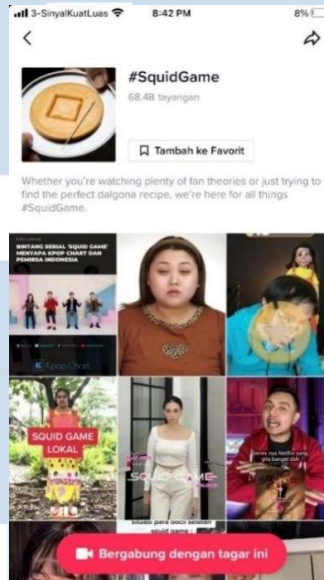
1. Research

Tahap ini dilakukan pencarian mengenai informasi terkait ide yang akan disampaikan melalui gambaran visual berupa fakta, pendapat, mitos, data dan lain-lain, hal tersebut agar informasi yang disampaikan akurat.

Dalam melakukan praktek kerja magang di Adira Multi Finance pada unit digital *business Automotif* untuk Moservice.id, tahap *research* telah dilakukan. Hal tersebut dilakukan untuk mencari referensi *trend* yang sedang disukai oleh *audience* agar tertarik dengan konten yang akan ditayangkan, selain itu fakta seputar kendaraan memerlukan data yang akurat dengan mencari informasi melalui kanal berita dan jurnal ilmiah yang terpercaya. Berikut referensi konten dari tahap pencarian:

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.1 hashtag trending Tiktok



SumberTiktok, 2021

Gambar 3.2 lagu trending Tiktok



(SumberTiktok, 2021)

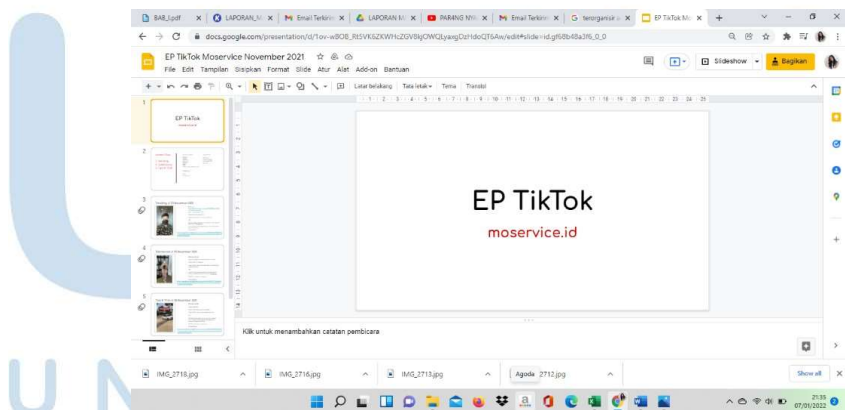
2. Perencanaan

Pada tahap kedua, setelah melakukan analisis mengenai referensi ide konten selanjutnya melakukan perencanaan, hal tersebut dilakukan agar ide terorganisir dengan baik.

Pada praktek kerja magang perencanaan yang dilakukan meliputi ide konten, peliputan konten dan Jadwal tayang dengan membuat *timeline* melalui google slides berisi referensi, tema, visual, *copy visual*, *voice over*, *caption* dan juga *sound* yang akan digunakan, biasanya perencanaan dilakukan pada awal dan juga akhir bulan agar strategi konten selama 1 bulan kedepan dapat terencana dengan baik. Dibawah ini merupakan timeline konten yang dibuat, sebagai berikut

:

Gambar 3.3 laporan konten Tiktok



(Sumber Data Olahan penulis, 2021)

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

Gambar 3.4 Panduan konten Tiktok

Konten Pilar: 1. Trending 2. Testimonial 3. Tips & Trick	Trending / Agile: Editing Audio Activities Situation History News Filter Collaboration With Creator	Tips & Trick: Life Hack Unique Things Unique Benefit Tutorial
	Testimonial: Trial Comparison	

(Sumber Data Olahan penulis, 2021)

Gambar 3.5 perencanaan kontenTiktok

Testimonial // 9 Desember 2021	
	Referensi: (Link)
	Topik : Q&A uji emisi
	visual : shoot di shell pos pengumben
	Copy Visual: Q&A uji emisi
	VO:
	Caption: Yuk absen yang sudah tes uji emisi 🇮🇩 #ujiemisi #servis #service #mobil
	Sound: RINGKITING DJ KARDUS WILFEX BOR - WILFEXBOR
Status:	

(Sumber Data Olahan penulis, 2021)

3. Aksi dan komunikasi

Tahap ketiga merupakan pengaplikasian rencana yang telah disusun setelah melalui proses pencarian ide dan perencanaan. Dalam melakukan praktek kerja magang, aksi pada proses ini adalah peliputan konten yang akan ditayangkan di Tiktok Moservice.id hal

tersebut dilakukan sesuai dengan perencanaan yang telah disusun dengan melakukan komunikasi berupa informasi seputar servis mobil dan promosi Moservice.id.

Gambar 3.6 konten Tiktok Moservice.id



Sumber Dokumen Moservice.id, 2021

4. Evaluasi

Pada tahap terakhir merupakan tahap evaluasi, dimana pada tahap ini perencanaan yang telah dilakukan dievaluasi setelah video diunggah, hal tersebut agar mengetahui efektivitas konten.

Dalam melakukan praktek kerja magang tahap evaluasi dilakukan setiap akhir bulan dengan melihat dan mencatat *views*,

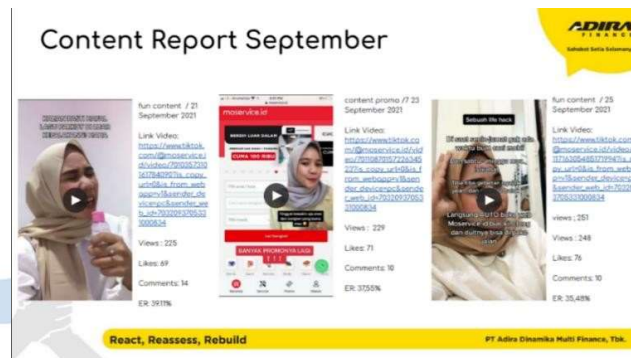
likes, comment, ER (interaksi), top content, dan lowest content, hal tersebut rutin dilakukan untuk melihat efektivitas konten serta pembahasan pada saat perencanaan awal bulan dilakukan, Evaluasi sangat penting untuk dilakukan karena akan berguna untuk strategi dimasa yang akan datang.

Gambar 3.7.laporankontenTiktok



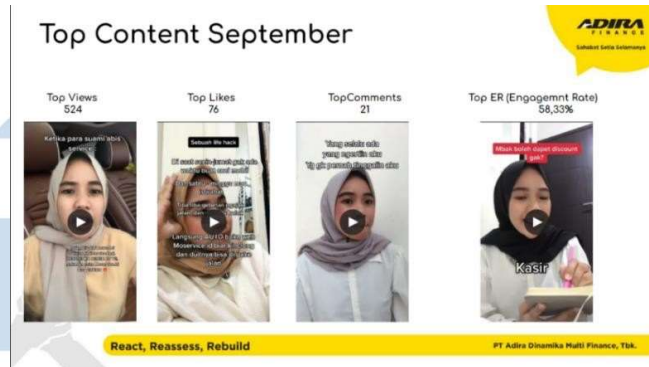
(Sumber Data Olahanpenulis, 2021)

Gambar 3.8.laporankontenTiktok



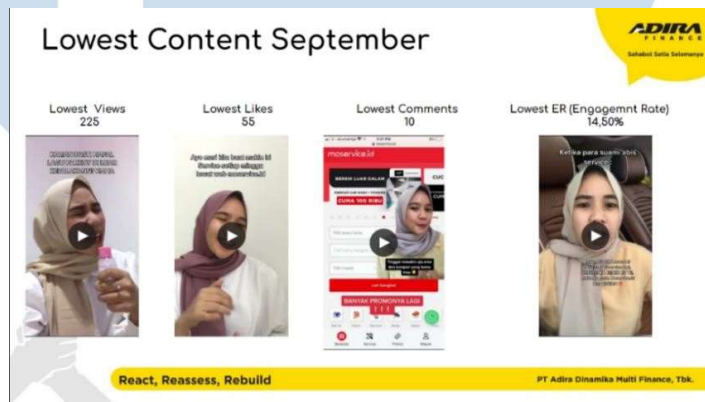
(Sumber Data Olahanpenulis, 2021)

Gambar 3.9.laporankontenTiktok



(Sumber Data Olahanpenulis, 2021)

Gambar 3.10 laporankontenTiktok



(Sumber Data Olahanpenulis, 2021)

U
M
M
N

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

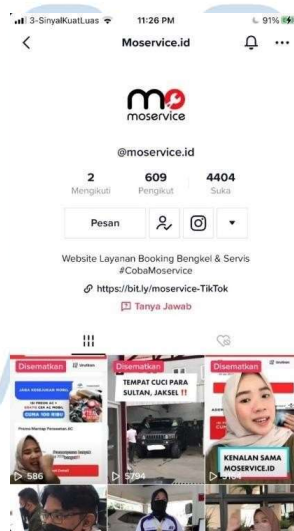
Menurut (Gunelius, 2011, pp. 59–62) menyebutkan terdapat 4 unsur yang berperan penting dalam *social media marketing*, adalah sebagai berikut:

a. Content creation

Pembuatan konten yang menarik dan mewakili kepribadian perusahaan atau bisnis agar dapat lebih dipercaya oleh *audience*. Dalam melakukan praktik kerja magang terdapat beberapa unsur yang sudah dilakukan oleh Moservice.id salah satunya *Content creation*. Dengan melihat referensi video yang sedang viral, *hashtag* serta *sound* yang sedang *trending*, hal tersebut agar menarik perhatian *audience* dan masuk kedalam fitur *for your page* (FYP) Tiktok.

Jika dilihat konten Moservice.id dibuat sesuai dengan ciri khas yang dimiliki oleh brand dengan perpaduan warna merah dan pembahasan mengenai servis mobil. Terdapat juga promosi secara *hard selling* dan *softselling* dengan menyelipkan informasi promosi pada tengah video dan logo Moservice.id pada akhir video.

Gambar 3.11 Tiktok Moservice



Sumber Dokumen Moservice.id, 2021

Gambar 3.12 Konten Tiktok Terkait



Sumber Dokumen Moservice.id, 2021

Gambar 3.13 Logo Moservice.id



Sumber Dokumen Moservice.id, 2021

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

b. Content sharing

Konten yang dibagikan kepada komunitas sosial dapat memperluas jaringan bisnis secara *online*. Dengan pembagian konten tersebut, dapat terjadinya penjualan baik secara langsung maupun tidak langsung, hal tersebut tergantung jenis konten apa yang dibagikan.

Dalam melakukan praktek kerja magang, *content sharing* banyak dilakukan melalui Web dan Instagram Moservice.id, namun hal tersebut dilakukan juga melalui Tiktok dengan mengambil informasi yang telah diunggah di Instagram. Content sharing yang dibagikan meliputi kiat – kiat cara merawat mobil dengan baik, hal tersebut dilakukan agar *audience* mendapatkan informasi serta mengajak *audience* untuk melihat serta melakukan pembelian di Moservice.id.

Gambar 3.14 Konten Tiktok Terkait



Sumber Dokumen Moservice.id, 2021

c. Connecting

Media social sangat memungkinkan untuk seseorang menemukan orang lain yang memiliki minat yang sama. Dengan minat yang sama tersebut bisa membuat lebih banyak bisnis. Seseorang yang memiliki minat yang sama tersebut akan dapat saling berkomunikasi dan melakukan *social network*.

Moservice.id telah melakukan unsur *Connecting*, hal tersebut tidak hanya dilakukan kepada *customer* Moservice.id saja tetapi juga dengan para mitra rekanan Moservice.id di seluruh Indonesia, hal yang dilakukan Moservice.id adalah dengan meliput bengkel-bengkel rekanan melalui Tiktok dan Youtube milik Moservice.id dengan harapan tidak hanya menjalin koneksi kepada mitra rekanan tetapi juga memberikan informasi dan koneksi dengan *customer* agar *customer* mendapatkan info serta rekomendasi bengkel yang dibutuhkan.

Gambar 3.15 Konten Tiktok Terkait



Sumber Dokumen Moservice.id, 2021

Gambar 3.16 Konten Tiktok Terkait



Sumber Dokumen Moservice.id, 2021

Gambar 3.17 Konten Tiktok Terkait



d. Community building

komunitas akan terbentuk jika terdapat kesamaan dalam minat antar individu, sehingga dapat terjadinya *social network*. Moservice.id menjalin hubungan dengan beberapa komunitas seperti mengikuti dan menghadiri beberapa acara undangan komunitas mobil, berusaha untuk menjalin hubungan dan meningkatkan penjualan.

Namun hal tersebut belum dilakukan secara maksimal dan tidak dipublikasikan melalui sosial media karena anjuran pemerintah dalam penanggulangan situasi pandemic Covid-19 yang masih tidak memungkinkan untuk mempublikasikan acara dengan massa yang cukup banyak.

Gambar 3.18 undangan komunitas



(Sumber: Hasil tangkap layar, 2021)

3.4 Kendala

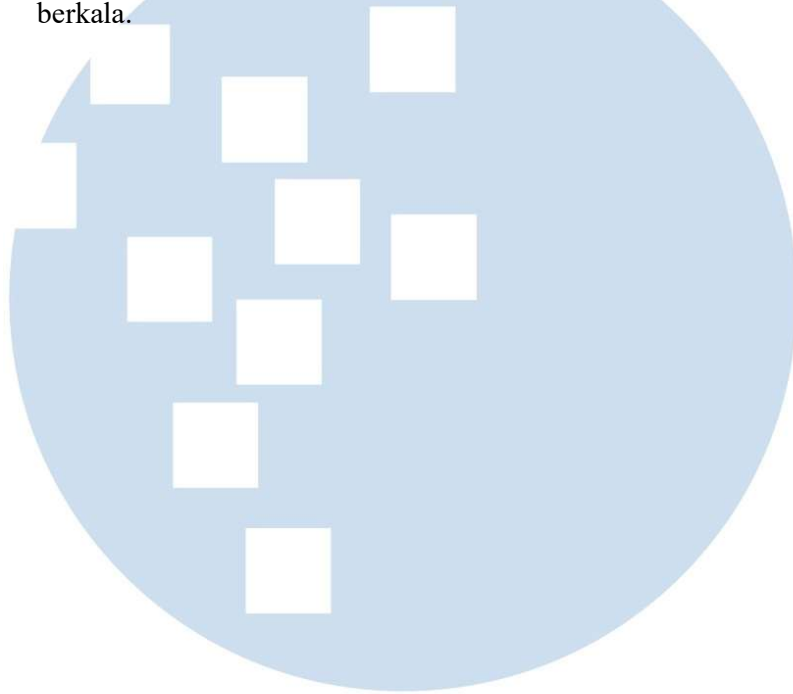
Kendala yang ditemukan dalam pelaksanaan kerja magang selama 3 bulan yaitu :

1. Pelaksanaan *Work from Home* (WFH) menghambat pembuatan dan peliputan konten sehingga tidak dapat secara langsung meliput bengkel yang sedang mengadakan promo yang unik dan menarik.
2. Sebelumnya tidak ada *content plan* mengenai *genre* konten yang akan digunakan setiap minggunya, sehingga untuk *genre* pembuatan video sangat random sesuai dengan *sound* yang sedang *trending* saja.
3. Tidak adanya jadwal meeting tetap untuk agenda mingguan dan bulanan sehingga cukup sulit untuk melakukan koordinasi dan *brainstroming* konten secara berkala.

3.5 Solusi

1. Melakukan peliputan secara langsung dengan protokol kesehatan yang telah dianjurkan pemerintah agar penonton dapat mengetahui informasi secara langsung mengenai promosi yang sedang berjalan di bengkel tersebut.
2. Menetapkan *genre* dalam *content plan* untuk produksi dan pengunggahan konten.

3. Menetapkan agenda *meeting* mingguan dan bulanan untuk melakukan pembahasan ide dan konsep serta meninjau efektivitas konten secara berkala.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA