



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 masa proses kerja magang di Banmal, proses kerja magang dilakukan di bagian departemen *Media production and Digital marketing* dan bertugas pada divisi *Advertising* sebagai *Copywriter intern*. Departemen ini dipimpin oleh Christopher sebagai *Supervisor* sekaligus *Advertising manager* dan Keefe sebagai *Design and Media social manager*. Namun pada bulan oktober, Christopher mengundurkan diri sehingga posisinya digantikan oleh Keefe, yang menjadi pembimbing selama masa kerja magang.

Proses kerja magang dilakukan secara *online* atau *Work from home* (WFH) sehingga selama program kerja magang berkoordinasi via aplikasi Whatsapp dan Trello dengan pembimbing lapangan. Karena tugas dikerjakan dari rumah, maka tugas akan dikoordinasikan lewat Whatsapp oleh pembimbing magang, lalu hasil tugas akan di kumpulkan lewat aplikasi Trello, kemudian hasil tugas *copywriting* akan di *review* dan di *checklist* oleh pembimbing lapangan, apabila terdapat revisi, maka akan dilakukan perbaikan hingga sesuai, lalu tahap selanjutnya akan dilanjutkan divisi *Design and Media social* untuk masuk pada proses *design*. Selain itu, sesuai arahan dari pembimbing magang, tugas selanjutnya adalah membantu divisi *website* untuk membuat artikel untuk mengisi bagian informasi di laman *website* Banmal.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

1.3.1 Tugas yang Dilakukan

Selama program kerja magang di Banmal, tugas-tugas yang dilakukan berhubungan dengan *copywriting*, media sosial, *content marketing* dan beberapa tugas lain dalam kurun waktu 65 hari kerja.

Table 3.1 Penamaan Kerja Magang

No.	Kegiatan Kerja Magang
1.	Melaksanakan <i>Content Writing</i> untuk media sosial
2.	Melaksanakan <i>Content Writing</i> untuk website
3.	Melaksanakan <i>Copywriting headline</i> dan <i>caption</i> untuk media sosial
4.	Melakukan <i>brainstorming</i> dan <i>meeting</i> untuk konten kreatif media sosial
5.	Membuat <i>Content Planning</i> untuk media sosial

Sumber : Data olahan laporan, 2021

1.3.2 Uraian Kerja Magang

1.3.2.1 Content Writing

Selama proses kerja magang di Banmal.id, perlu dilakukan *brainstorming* untuk membuat konten yang relevan agar menarik audiens sesuai dengan *target audiens* yang ingin dicapai. Seorang *copywriter* tidak hanya menulis konten namun juga melakukan observasi terhadap suatu produk atau jasa seperti keunggulan dan kelemahan, target pasar agar konten tepat sasaran dan menarik banyak pengunjung. Untuk membuat *content writing* di Banmal, perlu menggambarkan keunggulan produk dalam artikel yang dibuat, agar selain relevan, pembaca menjadi lebih *aware* dengan produk yang dimiliki Banmal. *Content marketing* berisikan informasi yang bermanfaat serta memberikan ide pada audiens mengenai perusahaan (Quesenberry , 2018). Fenomena perkembangan media digital membuat *content writing* dibutuhkan dalam pemasaran. *Content Writing* merupakan Teknik *marketing* untuk membuat dan menulis konten sesuai kebutuhan perusahaan. Menurut Juju & Sulianta (2010, pp. 195-196) saat ini banyak perusahaan yang membutuhkan jasa *content writer* untuk mengisi konten di *website* maupun media sosial.

Tugas seorang *content writer* di Banmal adalah untuk membuat artikel di media sosial Instagram dan *Website* Banmal.

Menurut Kingsnorth (2016, p. 232) sebuah konten yang baik harus mencakup beberapa hal yaitu *credible, shareable, useful or fun, interesting, relevant, different, on brand*. Dengan ketujuh hal ini, konten dibuat menjadi artikel yang *interesting* (menarik), *relevant* (relevan), *useful or fun* (berguna atau asik) pada konten artikel di media sosial Instagram. Konten *interesting* adalah konten yang mampu menarik perhatian audiens untuk melihat dan membaca, sehingga menggunakan kata-kata yang informal agar pembaca merasa dekat dan nyaman. Konten *Interesting* juga harus mengikuti *tren* yang sedang berlangsung misalnya mengenai konten viral atau kebiasaan yang dialami target audiens. *Content writing* yang digunakan di Banmal menyesuaikan kebiasaan yang dialami oleh target audiens menggunakan gaya bahasa yang sering digunakan di kalangan target audines agar pembaca tertarik untuk membaca artikel.



(sumber Instagram Banmal, 2021)

Gambar 3.1 Contoh *content writing* di Instagram yang *interesting*

Kemudian, konten *relevant* adalah konten yang berkaitan dan memiliki sangkut-paut dengan audiens. Salah satu contohnya saat musim hujan, maka artikel bertema hujan dan lain sebagainya. *Content writing*

yang dibuat di Banmal adalah tips menjaga kesehatan di saat musim penghujan datang sehingga isi konten menyesuaikan.

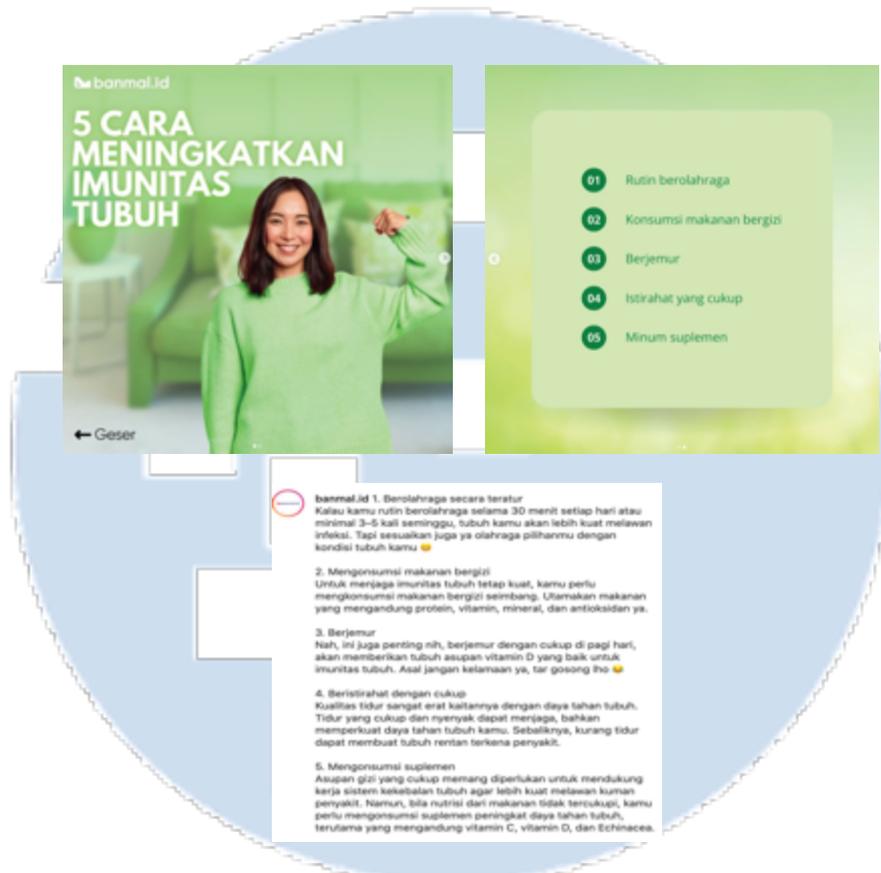


(sumber Instagram Banmal, 2021)

Gambar 43.2 : Contoh *content writing* di Instagram yang *relevant*

Konten *useful or fun* adalah konten yang berguna untuk para audiens atau konten yang menyenangkan, sehingga ada pesan berguna yang disampaikan untuk audiens. *Content writing* yang digunakan di Banmal mengenai tema kesehatan di masa pandemi agar pembaca lebih banyak meningkatkan imunitas tubuh.

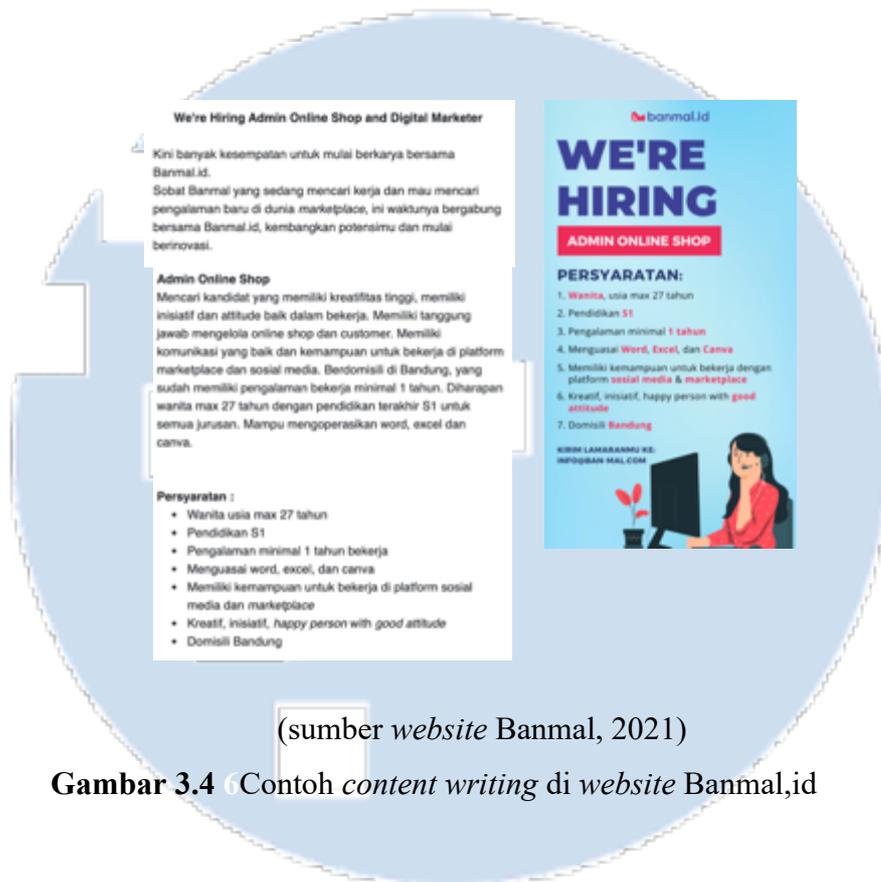
UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(sumber Instagram Banmal, 2021)

Gambar 3.3 Contoh *content writing* di Instagram yang *useful*

Seorang *content writer* pada umumnya selain mengisi konten di media sosial, juga mengisi konten dalam sebuah *website*, tujuannya adalah agar *website* selalu *update* secara berkala dengan berbagai artikel atau informasi lainnya. Gaya tulisan yang digunakan *content writing* lebih panjang dan detail dengan menggunakan kaidah penulisan yang benar. Pada *website* Banmal, *content writing* yang digunakan adalah jenis *recruitment* yaitu artikel mengenai informasi karir pada laman *website* Banmal. Artikel memuat informasi penting mengenai perusahaan agar menarik kandidat untuk bergabung menjadi bagian dari Banmal.



(sumber *website* Banmal, 2021)

Gambar 3.4 6 Contoh *content writing* di *website* Banmal,id

1.3.2.2 Copywriting

Salah satu tugas utama sebagai *copywriter intern* adalah membuat *copywriting* untuk media sosial Instagram Banmal.id. *Copywriting* yang dibuat adalah untuk memperkenalkan produk yang dimiliki Banmal.id dengan menyampaikan pesan berupa kelebihan produk atau manfaatnya dengan menarik. Produk yang ingin ditampilkan di media sosial, ditentukan oleh supervisor kemudian diberikan kepada *copywriter* untuk kemudian dibuat menjadi sebuah *copywriting*. Tugas diberikan via Whatsapp group kemudian dikumpulkan via Trello. *Copywriting* yang dibuat oleh *copywriter* adalah sebanyak dua konten dalam satu hari dan dikumpulkan sebelum jam kerja berakhir.

Menurut Shaw (2012, p. 8) *Copywriting* adalah bagian penting dari *marketing mix* yang merupakan sebuah desain konten yang membutuhkan pemikiran kompleks untuk masuk dalam aspek kreatif sebuah bisnis. *Copywriting* bukan sekedar menulis, namun berkomunikasi dengan cara

orisinil. Untuk membentuk sebuah *copywriting* diperlukan kemampuan berpikir kreatif. Menurut Shaw (2012, p. 75) berpikir kreatif harus sesuai dengan *brief* dan pesan yang ingin disampaikan dengan merumuskan beberapa jenis *copywriting*, yaitu :

1. *Product-specific*, memfokuskan kepada manfaat dan kelebihan sebuah produk dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti.
2. *Service-specific*, menguraikan jawaban dari masalah yang muncul. Berfokus pada siapa yang memberikan layanan jasa dan bagaimana mendapatkan layanan jasa.
3. *Business to business*, berfokus kepada konsumen yang tertarik untuk menghasilkan profit dan meyakinkan konsumen dengan menunjukkan profesionalitas dan kepercayaan pada kualitas, layanan dan pengiriman.
4. *Recruitment*, berfokus untuk menunjukkan perusahaan, kesempatan bekerja, kandidat yang diharapkan dan proses pemilihan.

Copywriting yang digunakan di Banmal adalah jenis *copywriting product-specific*, yaitu membuat *copywriting* dengan memfokuskan kepada kelebihan produk dengan bahasa yang sederhana untuk konten produk di Instagram Banmal, agar pembaca lebih mengenali kelebihan produk secara spesifik dan agar mencapai target penjualan. Pada Instagram Banmal, *copywriting* biasanya berupa tulisan yang lebih pendek dan ringkas menggunakan *headline* dan *caption* untuk penjelasan lebih banyak. Umumnya *copywriting* di *posting* lebih banyak di sosial media, khususnya di Banmal menggunakan media sosial Instagram.

1.3.2.2.1 *Headline*

Banmal membuat *copywriting* secara spesifik untuk membuat *headline* dan *caption* pada media sosial Instagram Banmal. *Headline* ditujukan sebagai judul yang menarik mengenai sebuah produk yang ingin ditampilkan. Seorang *copywriter* membuat *headline* harus mengetahui

manfaat dan kelebihan produk tersebut. *Headline* yang sudah dibuat oleh *copywriter* akan ditinjau oleh supervisor dan dicek apakah bahasa sudah sesuai dan apakah pesan yang disampaikan sudah tersampaikan, apabila masih ada kesalahan atau perlu ditambahkan, maka seorang *copywriter* harus merevisi konten tersebut. Setelah sudah baik dan disetujui oleh supervisor, maka *headline* akan ditulis pada konten berupa visualisasi postingan Instagram Banmal.id yang dibuat oleh tim *design*. *Headline* berhubungan dengan *caption* yang dibuat juga oleh *copywriter*.

Menurut Shaw (2012, p. 19) *Headline* adalah tulisan yang mampu mengaitkan kreatifitas secara kuat untuk menarik perhatian dan memancing minat beli konsumen. *Headline* yang unik mampu menyampaikan manfaat yang jelas tanpa promosi berlebihan atau meremehkan pembelian. Pembuatan *headline* digunakan untuk menggambarkan konten-konten produk di Instagram Banmal. Karena Banmal ingin menyampaikan pesan secara jelas dan ringkas mengenai produk tersebut sehingga *headline* akan sangat mempengaruhi konsumen karena tertera di posting Instagram Banmal.id.



(sumber Instagram Banmal, 2021)

Gambar 3.5 Contoh *headline* konten produk

1.3.2.2.2 *Caption*

Setelah membuat *headline*, dilanjutkan dengan membuat *caption*. Tidak jauh berbeda dengan *headline*, *caption* merupakan tulisan yang digunakan untuk menjelaskan produk secara lebih jelas dan menjabarkan *headline* dengan menjelaskan kelebihan atau keunggulan produk, pertanyaan, informasi dan juga ajakan kepada audiens. Seorang *copywriter* membuat *caption* menggunakan bahasa yang santai namun sopan agar pembaca merasa dekat dan nyaman. Selain *headline*, supervisor juga akan melihat dan merevisi *caption* yang dibuat oleh *copywriter*, mulai dari bahasa, informasi yang disampaikan apakah sudah benar dan sesuai. Apabila ada kesalahan, maka *copywriter* akan melakukan revisi sesuai arahan yang diberikan, kemudian apabila sudah disetujui maka tim media sosial akan menaruh *caption* pada postingan di Instagram Banmal.id.

Menurut Macarthy (2015, pp. 175-177) *caption* harus selaras dengan *image* perusahaan. Gaya bahasa yang digunakan mengikuti target Banmal yaitu dengan gaya bahasa informal. *Caption* merupakan bagian penting dalam *marketing* komunikasi, sehingga harus dipersiapkan dengan baik dan harus diisi pada kolom *caption* yang tersedia.



Gambar 3.6 Contoh *caption* Instagram

Selain memperhatikan jenis *copywriting*, seorang *copywriter* akan berhubungan dengan divisi lain yaitu dengan departemen *design and media social*, sehingga sebuah *copy* yang dibuat oleh *copywriter* harus jelas dan memiliki karakteristik agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Moriarty, Mitchell, Wood, & Wells (2019, p. 288) mengatakan karakteristik dalam *copywriting* yaitu *Succinct, specific, personal, single focus, conversational, original, news, magic phrases, variety, and imaginative description a story with feeling*. Dalam program kerja magang, peserta menerapkan karakteristik *copywriting* yaitu *succinct* atau ringkas yaitu menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Selain itu juga menerapkan karakteristik *personal* yaitu memanggil audiens dengan sebutan khusus yang *personal*. Serta membuat panggilan khusus yaitu Sobat Banmal agar audiens merasa dekat.



(sumber Instagram Banmal, 2021)

Gambar 3.7 Contoh *caption* personal

Karakteristik yang selanjutnya adalah *conversation* yaitu karakteristik yang melakukan komunikasi dua arah dengan audiens, sehingga audiens merasa dekat dan berkomunikasi lewat kolom *caption*.



(sumber Instagram Banmal, 2021)

Gambar 3.8 10 Contoh *caption conversation*

1.3.2.3 Content planning

Selain membuat *copywriting*, mengenai produk di Instagram, tugas *copywriter intern* di Banmal.id juga membuat *content planning*. Perencanaan konten yang dibuat oleh *copywriter* mencakup postingan berupa *post* dan *story* pada Instagram Banmal.id. *Copywriter* menyusun konten seperti konten promosi, artikel, *copywriting*, *content writing*, atau konten interaktif seperti *games*, *giveaway* atau bahkan sampai konten *endorsement*. Konten-konten ini dirancang untuk diposting selama satu bulan kedepan, agar konten tidak membosankan dan menarik untuk pembaca. Selain itu, *content planning* juga akan berpengaruh pada tim *design* untuk menentukan pemilihan warna, gaya penulisan, dan aspek lainnya untuk mendukung *interest* pembaca. Namun, *content planning* yang dibuat oleh *copywriter* harus ditinjau dahulu oleh supervisor, apakah sesuai dan layak untuk dijadikan pedoman perencanaan selama satu bulan kedepan. Tugas ini didiskusikan bersama dalam *meeting* agar disetujui bersama-sama.

Sebagai *copywriter*, salah satu tugas yang harus dilakukan adalah membuat perencanaan konten dalam jangka waktu tertentu (Satria &

Agustine, 2019). Proses kerja magang di Banmal, *content planning* yang dilakukan adalah membuat rancangan konten kreatif untuk media sosial Instagram dalam jangka waktu satu bulan. *Content planning* memuat konten apa saja yang ingin disajikan pada Instagram Banmal, baik *post* atau *story* setiap harinya agar Instagram lebih kreatif dan lebih menarik.

DESEMBER						
MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU
			1	2	3	4
			Feeds : Giveaway Story : Giveaway	Feeds : Foto produk dari endorse Story : This or That	Feeds : Promo produk Story : Add Post Promo Produk, Add Yours	Feeds : Quiz Matematika Story : Add post quiz, add post produk
5	6	7	8	9	10	11
Feeds : Tips kelola uang di tanggal muda Story : Add question	Feeds : Produk Story : Add Post Produk, Add Reaction Senin	Feeds : Promo Produk Story : Add post promo produk, Add Yours	Feeds : Endorse Story : Add post endorse	Feeds : Produk Story : Add post produk, This or that	Feeds : Produk Story : Add post produk,	Feeds : Promo 12.12 Story : add post promo, cara belanja di banmal
12	13	14	15	16	17	18
Feeds : Promo 12.12 Story : add post promo, live ig	Feeds : Promo Produk Story : Add Post Promo Produk, Add Reaction	Feeds : Quiz susun kata Story : add post	Feeds : Produk Story : Add post produk,	Feeds : Giveaway Story : Giveaway	Feeds : Tips penghasilan tambahan Story : add question	Feeds : Produk Story : Add post produk,
19	20	21	22	23	24	25
Feeds : Produk Story : Add post produk, Add Yours	Feeds : Quiz tebak gambar Story : add post	Feeds : Tips jalan-jalan Story : add post	Feeds : Promo Hari Ibu Story : Ucapan hari Ibu, add post	Feeds : Produk Story : Add post produk,	Feeds : Promo hari natal Story : add post promo,	Feeds : Promo Hari Natal Story : Ucapan hari natal, add post
26	27	28	29	30	31	
Feeds : Giveaway Story : Giveaway	Feeds : Tips planing 2022 Story : add yours	Feeds : Quiz Story : add post	Feeds : Produk Story : Add post produk,	Feeds : Promo tahun baru Story : add post promo,	Feeds : Promo Tahun baru Story : Ucapan tahun baru, add post	

(sumber data olahan laporan, 2021)

Gambar 3.911 *Timeline content planning* bulan Desember

1.3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani praktik kerja magang sebagai *copywriter* di Banmal.id, menemukan beberapa kendala dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Adanya kesulitan berkoordinasi dengan divisi lain atau sesama divisi sehingga adanya miskomunikasi perihal tugas yang diberikan dan informasi yang disampaikan belum maksimal mengenai produk karena produk yang dimiliki Banmal sangat banyak namun deskripsi produknya belum lengkap sehingga sulit untuk membuat tulisan mengenai keunggulan produk.
2. Tidak diberikan *budget* khusus untuk iklan, sehingga perkembangan dan pertumbuhan hasil *copywriting* sulit terlihat dan efeknya kurang maksimal.

1.3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dengan kendala yang dialami, beberapa solusi untuk mengatasi kendala tersebut seperti berikut.

1. Melakukan koordinasi dengan divisi lain atau sesama divisi lewat Zoom atau Google meeting agar penyampaian lebih efektif dan jelas, serta melengkapi deskripsi produk.
2. Menyediakan *budget* khusus untuk iklan di media sosial agar perkembangan *copywriting* dapat memberikan hasil yang maksimal.

