BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Pelaksanaan praktik kerja magang ini dilakukan pada perusahaan PT. LingoACE Academy Indonesia terkhusus pada produk ACE Early Learning di bawah pembimbing lapangan bernama Metta Nirmala Tjengdinata yang menjabat sebagai Product Marketing Manager.

Penulis memiliki kedudukan sebagai *marketing intern* dalam divisi *Product Marketing*. Sebagai seorang *marketing intern*, penulis bertugas untuk membantu perencanaan dan eksekusi rencana yang ada dalam tim *product marketing* terkhusus bertugas untuk membuat *content marketing* di media sosial produk ACE Early Learning.

Bimbingan dan koordinasi magang dilakukan oleh Metta Nirmala selaku pembimbing magang sekaligus *Product Marketing Manager* PT. LingoACE Academy Indonesia. Selain itu, penulis juga melakukan koordinasi dengan pihak lain yang berkaitan dengan pekerjaan *marketing intern*. Divisi-divisi tersebut diantara laian adalah: *Copywriter*, di mana koordinasi dilakukan untuk membuat *caption* yang menarik dan bisa digunakan pada media sosial ACE Early Learning dan artikel *website*. Selain itu, penulis juga berkoordinasi dengan *graphic designer*, ini bertujuan agar konten yang sudah direncanakan penulis dapat divisualisasikan lewat desain menarik. Penulis juga berhubungan dengan divisi OPS yang mengatur tentang seluruh operasional kelas-kelas pada PT. LingoACE Academy Indonesia dan beberapa kali berkoordinasi dengan *Course Consultant* serta *Learning Advisor* untuk keperluan data pelanggan. Seluruh aktivitas koordinasi ini dilakukan penulis dan tim lainnya dengan menggunakan Whatsapp, Microsoft Teams, Outlook, dan juga koordinasi langsung karena pada waktu tertentu penulis diharuskan melakukan kerja magang secara *offline*.

3.1.1. Koordinasi Antar Divisi



Sumber: Olahan Pribadi Penulis **Diagram 3.1 Koordinasi Antar Divisi**

3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1. Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah tabel yang dimaksudkan untuk memperjelas pekerjaan magang yang dilakukan selama 63 hari di PT LingoACE Academy Indonesia khususnya dalam melakukan aktivitas *content marketing*.

Tabel 3.1 Timeline Tugas Mingguan

No	Jenis	A	gust	us	S	Septe	embe	er		Okt	ober		No	vem	ber
	Pekerjaan	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	
1	Membuat														
	Konten														
	Instagram														
2	Membuat														
	Newsletter														
3	Membuat														
	SMS														
	Marketing														
4	Membuat														
	Artikel														

6	Analisa							
	Kompetitor							
7	Membuat WA							
	Broadcast							

Sumber: Rekam Kerja Marketing Intern Lingoace, 2021

3.2.2. Uraian Kerja Magang

3.2.2.1. Pembuatan content marketing di PT.LingoAce Academy Indonesia

Pulizzi dan Barret (2008) mengartikan *content marketing* adalah proses pembuatan sebuah konten yang memiliki unsur daya tarik serta edukatif, disusun dengan bermacam format yang bisa membuat pelanggan tertarik serta bertahan dengan sebuah produk/jasa. Selanjutnya, Rose dan Pulizzi (2011) juga memberikan pemahaman bahwa *content marketing* adalah sebuah strategi yang memberikan fokus kepada pengalaman dan penciptaan nilai. *Content marketing* sendiri sudah menjadi bagian dari *digital marketing*, penciptaan dan geraknya tidak lepas dari peranan serta perkembangan dunia digital. Pemahaman akan *content marketing* ini disempurnakan oleh *Content Marketing Institute (CMI)*, *content marketing* secara lebih komprehensif dapat dipahami sebagai sebuah strategi pemasaran yang mendistribusikan konten dengan mempunyai nilai, memiliki relevansi, disampaikan secara konsisten, menarik dan memiliki audiens yang jelas. Kegiatan ini berguna untuk mengerakan pasar dan mendapatkan keuntungan (Pulizzi, 2021). Content marketing dapat digunakan pada berbagai media satu diantaranya adalag media sosial.

Karr (2016) mengatakan bahwa dalam menciptakan sebuah produk konten yang baik setidaknya diperlukan lima dimensi yang utama. Diantaranya adalah *reader cognition. sharing motivation, persuassuion, decision making* dan *factors*. Berikut adalah pengertian dan penerapannya selama proses magang:

3.2.2.2. Reader Cognition

Audiensi dari sebuah konten memiliki keragaman. Mereka memiliki karakteristik yang unik dalam menanggapi pesan visual, suara serta kinestik sebuah konten

Untuk *reader cognition* di ACE Early Learning yang di sasar adalah anak-anak maksimal 10 tahun. Oleh sebab itu pembahasaan dan visual memiliki orientasi yang riang dan penuh warna. Di dalam *caption* juga ditulis sapaan-sapaan yang cocok untuk anak-anak. Sejak awal, tim (Alesso, Nadira sebagai *copywriter*, Ade dan Cheryl sebagai *graphic designer* serta bu Metta selaku *manager*) sudah membahas hal ini. Pasar yang dituju adalah anak-anak. Semua terangkum dalam *slide* presentasikonten.



Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021

Gambar 3.1 Konten yang sesuai untuk pasar

Selain bahasa yang digunakan harus menunjukan karakter anak-anak. *Caption* harus dibuat singkat dan konten juga tidak boleh terlalu padat karena anak-anak dan ibu muda yang memiliki anak menyukai konten ringan.

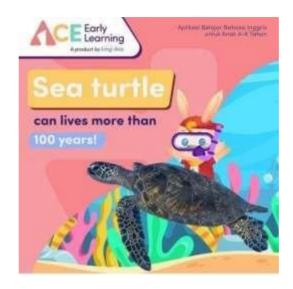


Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021 Gambar 3.2 Konten Untuk Anak

3.2.2.3. Sharing Motivation

Informasi memiliki peranana penting dalam pembuatan konten. Audiens memiliki alasan mengapa melihat sebuah konten di media sosial. Informasi yang tepat akan menyasar audiens yang tepat pula.

Konten-konten yang baik akan menggerakan audiens untuk membagikan konten/memiliki *sharing motivation*. Konten-konten tersebut berisikan fakta unik atau suatu informasi. Penulis membuat beberapa konten *fun facts* dan *do you know* guna menarik perhatian pembaca. Berikut adalah konten-konten tersebut.



Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021 **Gambar 3.3 Konten** *fun facts*

Berikut adalah salah satu contoh konten fakta unik tentang penyu, konten ini sengaja dibuat agar pembaca mau membagikan konten kepada yang lain.

Selain gambar, di dalam *caption* juga diberikan kata-kata yang mengajak pembaca untuk membagikan informasi unik ini.



Liked by imma_ekasari and others aceearlylearning Friends, apakah sudah pernah melihat kanguru?

Tahu enggak sih kalau kanguru punya kantung kecil di perutnya! Bagikan informasi ini agar lebih banyak orang yang tahu tentang fakta unik ini ya!

#aceearlylearning #belajarACEsik #lesinggris #lesanak #lesbahasa

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021 **Gambar 3.4 Konten Do You Know**

3.2.2.4. Persuasion

Proses persuasi adalah saat perusahaan menciptakan konten yang mampu membujuk audiens memilih produk yang mereka tawarkan dibanding produk lain. Proses ini membuat audiens menjadi *customer*.

Konten yang ideal juga harus memberikan efek persuasi kepada pembacanya. Dalam aplikasi ACE Early Learning audiens pertama-tama diberikan info mengenai *parenting* lalu setelahnya akan diarahkan untuk menunduh aplikasi ACE Early Learning. Berikut adalah salah satu contoh konten persuasi yang menulis buat.



Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021

Gambar 3.5 Konten Parenting dan Promosi

3.2.2.5. Decision Making

Setiap audiens memiliki pertimbangan masing-masing dalam memilih dan memilah sebelum akhirnya memutuskan untuk menjadi customer. Perusahaan harus memperhatikan kriteria pendukung untuk membuat audiens bisa menjadi *customer*.

Faktor-faktor tersebut datang dari berbagai macam hal. Untuk mendukung pengambilan keputusan, ACE Early Learning dan LingoACE akan menawarkan promo dalam jangka waktu tertentu atau promo terbatas. Berikut adalah beberapa contoh promo yang pernah dibuat untui mendukung pengambilan keputusan.

PROMO

PROMO BESAR-BESARAN TERBATAS Parents, mau mendapatkan pembelajaran bahasa mandarin yang seru dan menyenangkan untuk si kecil? Ditambah cashback dan hadiah yang bernilai hingga jutaan rupiah? LingoAce punya solusinya Silahkan klik link berikut untuk informasi selanjutnya

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021

Gambar 3.6 Draft WA Broadcast

3.2.2.6. *Factors*

Perhatikan berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan audiens. Ada perusahaan yang membuat konten namun tidak mengkaji lebih jauh faktor- faktor eksternal audiens. Misalnya, keluarga, teman maupun lingungan sosial sekitar audiens.

ACE Early Learning juga memperhatikan banyak hal dalam pembuatan konten. Selain penggunaan bahasa dan desain yang menarik, penulis juga selalu membuat konten tidak hanya untuk anak melainkan orangtua. Hal ini dikarenakan, meski aplikasi dan pembelajaran ini untuk anak namun yang menjadi *decision maker* adalah orangtua. Orangtua menjadi faktor yang sangat penting untuk mengambil keputusan, oleh sebab itu beberapa konten dibuat dengan bentuk *parenting* atau informasi mengenai pentingnya belajar bahasa.

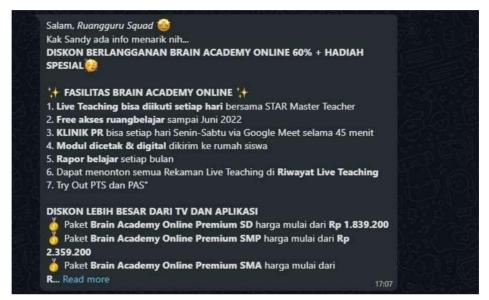
Konsep *content marketing* ini akhirnya bisa ditemukan selama praktik magang di PT. LingoAce Academy Indonesia, ada banyak aktivitas yang sudah dilakukan dan sesuai dengan dimensi keberhasilan sebuah konten. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Melakukan Riset Kompetitor

Selain melakukan riset audiens, untuk bisa lebih relevan makan penulis dan tim ACE Early Learning juga melakukan riset kompetitor. Hal ini dimaksudkan agar tim dapat memahami startegi pasar dalam melnawarkan produk/jasa serta bisa menciptakan inovasi baru lewat

20

observasi tersebut. Penulis juga sempat menjadi "pelanggan misterius" dimana penulis menelepon beberapa kompetitor dan menanyakan produk mereka. Salah satu kompetitornya adalah RuangGuru.



Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021

Gambar 3.7 Riset Kompetitor Ruang Guru

Setelah melakukan riset kompetitor ini, penulis membuat rangkuman untuk diserahkan kepada tim dan saat itu dipresentasikan langsung kepada Assistant Country Manager PT. LingoACE Indonesia yang bertanggungjawab atas produk ACE Early Learning. Data-data ini membawa penulis memhami kompetitor sehingga bisa menciptakan konten yang relevan. Dari hasil riset ini, ditemukan

competitive advantages dari produk LingoAce (dan ACE Early Learning) dibanding RuangGuru dan kompetitor lain adalah teknologi AI. ACE Early Learning memiliki aplikasi khusus yang ditujukan untuk mengedukasi anak untuk berbahasa Inggris. Cukup melalui aplikasi yang berisikan lagu, cara membaca, dan cerita anak bisa dengan cepat memahami bahasa Inggris. Metode seperti ini bisa membuat anak lebih tertarik belajar ketimbang harus belajar di kelas seperti biasa.

2) Menyusun Content Planning

Setelah melakukan berbagai riset dan memahami produk lebih mendalam, akhirnya dibuatlah sebuah perencanaan konten. Pembuatan konten ini dibuat dengan prinsip *sharing motivation* dan *persuasion*. Pertama-tama konten dibuat dengan membagikan informasi-informasi singkat tentang bahasa Inggris untuk anak dan penggunaanya dalam kehidupan sehari-hari, baru setelah itu untuk beberapa konten memang dikhususkan sebagai ajang promosi.

Senin	Selasa
25 Oct 2021	26 Oct 2021
Vocabulary	lawan kata
Vocabulary day again! Ada yang bisa menebak hari ini mau belajar apa?	Kita mengenal persamaan kata yuk. Udah lama enggak belajar lawan kata bersama.
Kita akan belajar jenis-jenis pekerjaan! Bantu mimin tebah bahasa Inggrisnya ya.	Tajam
Pemadam Kebakaran	Tumpul
Dokter	Basah
Guru	Kering

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021 **Gambar 3.8** *Content Planning Instagram Story*

		WEEK.4				
Senin	Selasa	Rabu	Kamis			
18-Oct	19-Oct	20-Oct	21-Oct			
Vocabulary	Guess What is it?	Quiz	Antonim/ sinonim/ alphabet			
an (kipas) x Air Conditioner (AC)	shine at night (Fireply)	FLAMINGO (Lost N)	Synonym Small, Little, Tinny (Gambar semut)			

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021

Gambar 3.9 Content Planning Instagram Feeds

Gambar: Pelangi (warna merah, kuning, hijau)
"Can you name the colours in this rainbow?

Let's sing a song!
screenshot salah satu lagu: Bus Driver

Would you rather be?
A. Excellent at Science
B. Excellent at Music

All aboard, everyone!
Let's get on the learning train
screenshot: List course

Adjectives:
Tall, Short, Dirty, Clean

Learning Tips:
Sing a song! It will help you remember!

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021

Gambar 3.10 Bank Content

3) Membuat Caption

Selain membuat ide konten, penulis juga membuat *caption* yang akan digunakan di setiap postingan. Caption ini dibuat dan akan diserahkan kepada *copywriter* dan setelah dilakukan revisi barulah diunggah ke media sosial. Caption harus dibuat singkat dan informatif sesuai dengan kebutuhan pasar ACE Early Learning yang

menyasar anak-anak kecil. Koordinasi antara penulis dan *copywriter* dilakukan melalui Microsoft Teams.



Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021

Gambar 3.11 Proses Pembuatan dan Revisi Caption

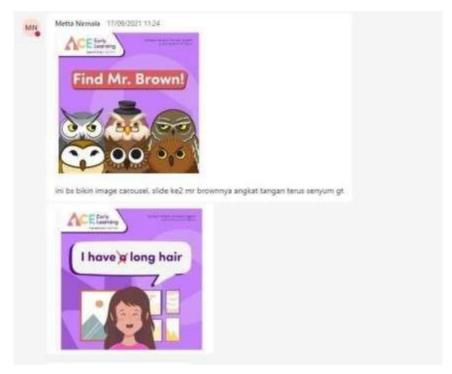
Konten-konten ini dibagi menjadi beberapa pilar. Setiap hari memiliki pilar masing- masing. Membuat kategori ini memudahkan penulis untuk membuat kontan. Pembagian tersebut diantaranya adalah: Senin untuk belajar kosakata baru. Selasa untuk tebak kata/hewan/benda, Rabu untuk akan diadakan Quiz, Kamis untuk katakata anonim dan sinonim, Jumat untuk Matematika dan trivia, Sabtu untuk fakta lucu, serta Minggu akan ada kutipan singkat yang cocok bagi anak kecil. Konten promosi juga dibuat agar bisa mempengaruhi decision making pasar.

Semua konten harus diberikan kepada pembimbing lapangan, setelah di setujui/tidak ada komentar, maka konten dapat di unggah.

4) Membuat Evaluasi Konten

Setelah selesai melakukan pengunggahan konten maka selanjutnya adalah evaluasi. Penulis dan tim kembali melihat faktor apa saja yang membuat konten baik atau buruk. Sesuai prinsip sebuah konten yang baik dipengaruhi pemahaman yang mendalam akan faktor eksternal

audiens. Tim dan penulis juga melihat apa yang kurang dari konten, beberapa kali konten sempat mengalami penurunan *engagement* karena terlalu sulit atau konten tidak relevan dengan kehidupan anak seharihari. Evaluasi ini bertujuan untuk membuat konten kedepannya lebih baik dan relevan sehingga KPI Ace Early Learning tercapai.



Sumber: Dokumen Pribadi Perusahaan

Gambar 3.12 Evaluasi Konten

5) Membuat Draft Newsletter

Selain membuat konten di ACE Early Learning, penulis juga membuat *draft newsletter* untuk keperluan *broadcast email* kepada calon pelanggan. Pembuatan *newsletter* ini berkolaborasi dengan *copywriter* dan SEO LingoACE. Pertama, penulis mendapatkan tema dari pembimbing lapangan untuk *draft newsletter*, lalu selanjutnya penulis akan mulai membuat draft artikel sesuai tema. Setelah itu, tulisan akan diserahkan kepada *copywriter* untuk diperbaiki kaidah bahasanya. *Draft* artikel yang sudah selesai akan diberikan kepada Mas Rizky yang berada di divisi SEO dan selanjutnya akan ditambahkan kata kunci serta di unggah ke website resmi LingoACE.

DRAFT NEWLETTER LINGOACE

Ni hao! 你好!

Apa kabar? PPKM memang tetap berlanjut namun tetap semangat harus terus berkobar meski di rumah yal

Supaya aktivitasmu lebih berkesan, LingoAce punya pames kecil-kecilan nih untukmu, yaitu: Bingo Lingo Healthy Kids! Coba centang kegiatan mana yang sudah kamu lakukan untuk menyelesaikan PPKM <u>ini ya</u>.

吃维生素	运动	健康食品			
Chi wéishéngsú	Yündöng	liänkäng shipin			
(Minum Vitamin)	(Olahraga)	(Makanan Sehat)			
日光浴	洗手	休息			
Riguangyů	Xīshōu	Xiúxí			
(Berjemur)	(Mencuci Tangan)	(Istirabst)			
使用口罩	保持距离	微笑			
Shiyong kouzhao	Bāochi jūli	Wéixião			
(Pakai Masker)	(Menjaga Jarak)	(Tersenyum)			

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021

Gambar 3.13 DRAFT NEWSLETTER

6) Membuat Draft SMS dan WA Broadcast

Selain membuat *newsletter*, penulis juga membuat SMS dan WA yang nantinya akan dikirimkan kepada calon *customer*. Sebelumnya, penulis sudah membuat data *trial lost* dengan berbagai kategori misalnya: Pelanggan yang merasa LingoACE tidak menarik, kesulitan memahami pelajaran, terlalu mahal dan sebagainya. Tiap SMS dan WA Broadcast dikirimkan dengan pesan yang berbeda-beda. Khusus untuk yang mengeluh kata harga maka pesan berisi tawaran promo jika ada yang mengeluh tentang *native speaker* maka akan ada pesan-pesan yang mengedukasi tentang pentingnya *native speaker*.

BULK SMS SHINNING SEPTEMBER

Alternative 1

BELAJAR SEKALIGUS DAPAT EMAS? Yesl Hanya di LingoAce aja, daftar les Bahasa Mandanin sekarang juga di (link bit ly)

Alternative 2:

BELAJAR MANDARIN DAPAT EMAS? Ival Hanya di LingoAce aja lohi Daftar kelas sekarang di (bit.ly)

Alternative 3:

HANYA UNTUK ANDAI Kesempatan investasi emas untuk anak sekaligus belajar bahasa Mandarin. Kunjungi LingoAce di (bit.ly)

6. Price Issues

PLAN A

Halo parents (3) LingoAce membawa kabar bahagia untuk si kecili PROMO khusus bulan ini mendapatkan (......) segera dapatkan pengalaman belajar bahasa Mandann yang menyenangkan dan keuntungan promo terbatas ini banya dengan klik link berikut.

PLAN B

Salam sehat dan bahagia parents, ada kabar bahagia khusus si kecil. Dapatkan cashback hingga jutaan rupiah ditambah (hadiah) untuk setiap pembelajaran bahasa Mandarin di LingoAce. Kapan lagi mendapatkan semua keuntungan ini dalam satu kesempatan yang sama? Silahkan cek link berikut untuk informasi lebih lanjut.

PLAN C

Halo parents, <u>persiapkan</u> masa <u>depan anak</u> agar <u>gemilang dengan belajar</u> Bahasa Mandarin <u>bersama LingoAce</u>. <u>Pembelajaran</u> yang asyik dan <u>menarik serta</u> promo <u>khusus bagi</u> yang <u>mendaftarkan din hari ini</u>. Tidak <u>pertu rapu lagi kacena masib banyak hadiah dan keuntungan lain yang <u>menunggu si kecil. Klik link berikut ini</u> (link) <u>untuk informasi lebih lanjut</u>.</u>

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021 Gambar 3.14 SMS Marketing dan WA Broadcast

7) Membuat Draft Artikel

Penulis juga membuat artikel untuk keperluan *website* LingoACE.com. Pembuatan *newsletter* ini berkolaborasi dengan *copywriter* dan SEO LingoACE. Seluruh artikel yang dibuat, akhirnya akan dimasukan unsur promosi *trial class*.

10 Makanan Asal Tiongkok Terenak yang Wajib untuk Dicoba

Ni Hao Lingomate! Bagaimana kabarnya menuju pertengahan September ini? Semoga baik-baik saja, ya. Jaga kesehatan dan pola makan yang sehat! Nah, kalau bicara soal makanan apalagi di Indonesia, biasanya pikiran kita akan langsung melayang layang ke banyak jenis makanan dari berbagai daerah. Indonesia memang terdiri dari beragam suku, maka, beragam model kuliner juga. Etnis Tionghoa yang tinggal di Indonesia juga memiliki makanan khas-nya loh! Resep ini dibawa langsung dari Tiongkok, Berikut adalah 10 makanan khas dari Tiongkok yang wajib kamu coba, check it out!

a. Jiaozi

Ada yang pernah mendengar atau mengonsumsi Jiaozi sebelumnya? Makanan yang satu ini sangat enak dan mudah ditemui di restoran chinese food. Jiaozi atau dumpling dibuat dari bahan dasar tepung terigu yang didalamnya disi banyak daging. Cara memasaknya juga tidak terlalu sulit, hanya perlu dikukus beberapa waktu dan selanjutnya bisa dinikmati. Menarik ya, setelah membaca ini, perut terasa lapar dan segera ingin membeli Jiaozi.

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021

Gambar 3.16 Artikel Sudah di Unggah : 10 Makanan Terenak



Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021 Gambar 3.15 Draft Artikel 10 Makanan Terenak

3.2.3. Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan praktik kerja magang di PT LingoACE Academy Indonesiakhususnya pada produk ACE Early Learning, penulis sebagai marketing intern mengalami beberapa kendala. Berikut adalah beberapa kendala yang dialami selama menjalankan praktik kerja magang:

- Perbedaan bahasa, penulis dan banyak karyawan lainnya tidak terlalu fasih dalam berbahasa Mandarin sehingga apabila diadakan rapat bersama tim dari China, kami kesulitan untuk memahami substansi rapat.
- 2) Beberapa kali koordinasi dilakukan via Teams ataupun Whatsapp, tidak bisa dipungkiri karena WFH terjadi beberapa miskomunikasi antar tim dan ini mempengaruhi kinerja karyawan.
- 3) Pada saat orientasi, mengalami kesulitan tentang pemahaman akan produk dan sistem karena tidak banyak diinformasikan.

3.2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, maka berikut adalah solusi yang bisa dilakukan sebagai marketing intern di PT. LingoACE Academy Indonesia:

- 1) LingoAce bisa melakukan *training* Bahasa Inggris dan Mandarin untuk karyawan sehingga karyawan bisa memahami rapat dan koordinasi dengan baik. Jika saat rapat ada rekaman yang berbahasa asing bisa juga disertakan *subtitle*rapat dan koordinasi dengan baik. Jika saat rapat ada rekaman yang berbahasa asing bisa juga disertakan *subtitle*-nya.
- 2) Bisa diadakan pelatihan kerja daring di perusahaan sehingga karyawan misa menghindari miskomunikasi yang terjadi. Selain itu, bisa juga membuat *minutes of* meeting sehingga point penting saat rapat bisa dipahami.
- 3) Meningkatkan pengetahuan akan produk lewat *training* dengan materi yang lebih mendalam sehingga seluruh karyawan bisa memahami perusahaan, produk serta system yang digunakan oleh perusahaan.