



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 praktik kerja magang, penulis memiliki posisi sebagai *content planner assistant*, di mana posisi tersebut termasuk dalam divisi *Content Creative* yang dipimpin dan dikelola oleh Gibran Ramadhita. Pada praktik kerja magang, penulis mengikuti briefing internship mengenai apa saja yang ada pada Jejak Digital termasuk pengenalan media, etika selama bekerja, dan pengetahuan tentang Jejak Digital.

Dalam mengerjakan tugas yang diberikan oleh Gibran Ramadhita, penulis berkoordinasi dengan assistant dari Gibran Ramadhita yaitu Savina untuk menyesuaikan ketentuan dari tugas yang sudah diberikan agar mengetahui apakah tugas sudah sesuai. Jika tugas sudah diselesaikan, kemudian penulis berkoordinasi dengan Gibran Ramadhita untuk diperiksa kembali apakah tugas yang dikerjakan oleh penulis sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh Gibran Ramadhita dan standar dari perusahaan. Apabila terdapat revisi yang harus dilakukan, Gibran Ramadhita langsung memberikan kembali kepada penulis untuk diselesaikan sesuai revisi yang sudah diberikan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut penjelasan detail tentang tugas apa saja yang dilakukan selama praktik magang, sebagai berikut:

Tugas utama yaitu *social media content creative* memikirkan strategi untuk konten apa yang ingin di post, membuat ide konten, membuat naskah

untuk konten, caption untuk konten yang akan di post, dan editing konten. Konten yang dirangkai sendiri bertujuan untuk melakukan *branding* Jejak Digital sebagai media yang tidak hanya memberikan konten informasi dan edukasi, melainkan juga konten entertainment.

Berikut tabel penjelasan tentang tugas yang dilakukan selama praktik magang selama 14 minggu, sebagai berikut:

Tabel 3.1 *Timeline* dan Tugas Kerja Magang

PROYEK	Agustus				September				Oktober				November			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Brainstorm ide konten																
Develop Ide konten Jejak Misteri (Pengumpulan Cerita, Pembuatan naskah, Take Voice Over)																
Develop Ide Konten Aku & Kamu (Penulisan naskah, Take Voice Over)																
Develop Ide Konten Zodiak (Pengumpulan data narasumber, Take Video)																
Develop Ide Konten																

2. Memahami bisnis dan konteks pasar,
3. Memahami pelanggan
4. Memahami tantangan potensial yang akan terjadi,
5. Rencanakan strategi yang optimal,
6. Memahami kemungkinan dalam saluran digital yang relevan dan titik sentuh,
7. Mengukur dan mengembangkan strategi,

Dalam menciptakan *content marketing*, juga terdapat strategi yang harus dirancang. Sebagai *content planner*, terdapat *funnel* yang harus dipahami untuk menciptakan suatu strategi yaitu *Top of the Funnel* (TOFU), *Middle of the Funnel* (MOFU), dan *Bottom of the Funnel* (BOFU). Berikut merupakan pengertian dari TOFU, BOFU, dan MOFU menurut www.buattokoonline.id

a. TOFU

Goal yang dapat dituju melalui TOFU adalah meningkatkan *offer awareness*, menambah *retargeting list*, meningkatkan *engagement*, meningkatkan *website traffic*, dan lain-lain.

Untuk tujuan meraih *goals* yang dibahas sebelumnya, ada beberapa tipe konten yang dapat Anda gunakan, misalnya:

- Blog
- *Update* di *Social media*
- Infografik
- Foto
- *E-magazine/E-book*, dll.

b. MOFU

MOFU adalah tahapan yang paling sering dilupakan dan tidak dimengerti oleh para pemilik bisnis. *Goal* yang dapat dituju melalui MOFU adalah menambah *list email*, meningkatkan

retargeting list, dan akuisisi pelanggan. Dalam tahap pertengahan ini, hal yang dapat dilakukan adalah mengumpulkan sebanyak-banyaknya *contact visitor/customer* untuk terus melakukan *follow-up* kepada mereka.

Konten yang dapat Anda gunakan untuk mencapai *goal* MOFU misalnya dengan:

- *free guide*
- *free ebook*
- kuis/survey
- *software download*, dll.

c. BOFU

Saat di tahap BOFU, hal yang harus dipikirkan adalah bagaimana caranya usaha yang dilakukan di TOFU dan MOFU dapat menghasilkan peningkatan penjualan di BOFU. *Goal* yang harus dicapai di BOFU adalah merawat *customer* (misalnya dengan email list), meningkatkan *retargeting list*, memaksimalkan nilai pelanggan secara langsung, meningkatkan jumlah customer yang kembali ke toko untuk kedua kalinya (membeli lebih dari satu kali), dan meningkatkan frekuensi pembeli.

Beberapa konten yang dapat Anda gunakan untuk mencapai goal BOFU adalah:

- *demo/free trial*
- cerita *customer* (testimoni)
- perbandingan
- webinar/event
- *mini-class* (misalnya melalui video berdurasi 7-10 menit)

Selain itu, menurut Landa (2006), *branding* pengertiannya bukanlah sekedar merek atau nama dagang dari sebuah produk, jasa, atau perusahaan. Namun semuanya yang berkaitan dengan hal-hal yang kasa mata dari sebuah merek mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut. Dengan konsep *branding* bisa membantu pembuatan konten kreatif yang bertujuan untuk menciptakan persepsi di masyarakat bahwa Jejak Digital merupakan media yang bukan hanya menyediakan konten informasi dan edukasi, melainkan sebagai media informasi, edukasi, dan *entertainment*. Oleh karena itu, sebelum menciptakan konten, penulis selalu melakukan *brainstorming* bersama pembimbing agar menghasilkan konten yang sesuai dengan tujuan utama yaitu melakukan *branding* untuk menciptakan persepsi serta menarik target pasar.

Dalam melaksanakan *praktik* magang, penulis memiliki tugas dan tanggung jawab utama yaitu, menciptakan ide konten kreatif untuk Instagram Jejak Digital, mewujudkan ide konten menjadi konten yang siap untuk di *posting* di Instagram Jejak Digital, serta melakukan *posting* konten di Instagram Jejak Digital.

3.3.1.1 Melakukan Rapat Dengan Pembimbing Lapangan

Sebelum menciptakan konten kreatif untuk Instagram Jejak Digital, penulis dan pembimbing mengadakan rapat terlebih dahulu untuk menjelaskan secara rinci konten apa saja yang harus dibuat dan menjelaskan tujuan dari pembuatan konten tersebut. Pembimbing juga memberikan referensi untuk konten yang ingin dibuat.

3.3.1.2 Membuat Konten Instagram

Dalam menciptakan konten kreatif untuk Instagram Jejak Digital, penulis berpacu pada keinginan dan kebutuhan Jejak Digital yang telah dijelaskan oleh pembimbing lapangan, dalam proses menciptakan konten kreatif, penulis selalu melakukan *brainstorming* dengan asisten dari pembimbing lapangan untuk menciptakan konten apa yang tepat dan sesuai dengan keinginan target pasar.

Tujuan dari penciptaan konten kreatif pada Instagram Jejak Digital adalah, agar Jejak Digital dapat menciptakan persepsi baru di masyarakat, bahwa Jejak Digital merupakan “Media anak muda” yang memiliki konten - konten informasi, edukasi, dan entertainment.

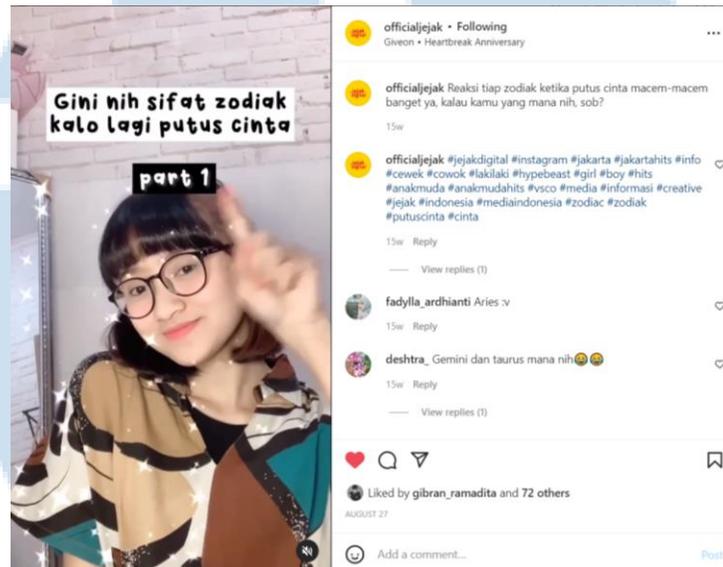
Selain menciptakan konten yang menghibur, konten juga diciptakan secara kreatif / beda dari kompetitor dan konten juga diciptakan sesuai dengan tren yang ada saat itu dikalangan target pasar. Maka dari itu, sebelum menciptakan konten, penulis melakukan riset kompetitor dengan cara menganalisa tautan - tautan kompetitor. Penulis juga melakukan riset pasar dengan cara, mencari tahu konten - konten apa yang diminati dan sedang tren di kalangan anak muda.

Setelah menganalisa kompetitor dan tren saat itu, penulis bersama tim konten kreatif menyusun rangkaian konten yang akan direalisasikan serta *timeline* untuk mengembangkan dan *upload* konten. Setelah rangkaian konten dan *timeline* sudah diciptakan, rangkaian konten dan *timeline* diajukan kepada pembimbing untuk dikonfirmasi dan diberikan kritik serta masukan.

Rangkaian Konten dan *timeline* yang telah dikonfirmasi oleh pembimbing, dikembangkan dan direalisasikan untuk nantinya di-*upload* di sosial media dari Jejak Digital. Berikut contoh hasil konten yang telah diciptakan selama melakukan kerja praktik magang.

1. Konten Zodiak (Reels)

Gambar 3.1 Konten reels zodiak Jejak Digital



Sumber : Instagram Jejak Digital

Konten ini berisi mengenai sifat, kebiasaan, dan pendapat yang berbeda - beda dari setiap Zodiak. Konten tersebut merupakan konten entertainment yang diciptakan untuk menarik dan menghibur para *audiens*, serta dengan tujuan utama membangun persepsi *audiens*, bahwa Jejak Digital merupakan media yang menghibur dan juga *trendy* / mengikuti tren.

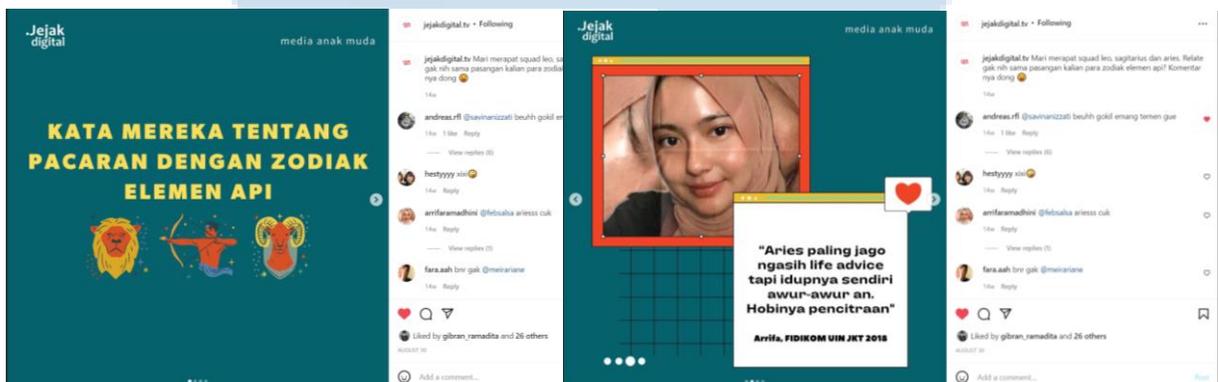
Terdapat beberapa proses dalam penciptaan konten Zodiak diatas:

Untuk reels, ditentukan untuk menciptakan konten perbedaan sifat dan kebiasaan dalam bentuk video dan informasi diambil melalui internet.

- i. Mengumpulkan judul untuk konten.

- ii. Mengumpulkan informasi mengenai Zodiak melalui internet untuk reels. Dan menentukan *talent* sebagai model dalam reels.
- iii. Memberikan arahan kepada *talent* mengenai konsep video reels.
- iv. Memberikan video kepada pembimbing untuk diberikan masukan dan dikonfirmasi.
- v. *Upload* video ke Instagram

Gambar 3.2 Konten *feeds* zodiak Jejak Digital



Sumber : Instagram Jejak Digital

Sedangkan, untuk *feeds* ditentukan untuk menciptakan konten perbedaan sifat dan kebiasaan dalam bentuk gambar dan informasi diambil dari pendapat anak muda..

- i. Mengumpulkan judul untuk konten.
- ii. Mencari anak muda untuk diminta pendapatnya, untuk dijadikan narasumber untuk konten *feeds*.
- iii. Memberikan hasil wawancara kepada *Graphic Designer*.

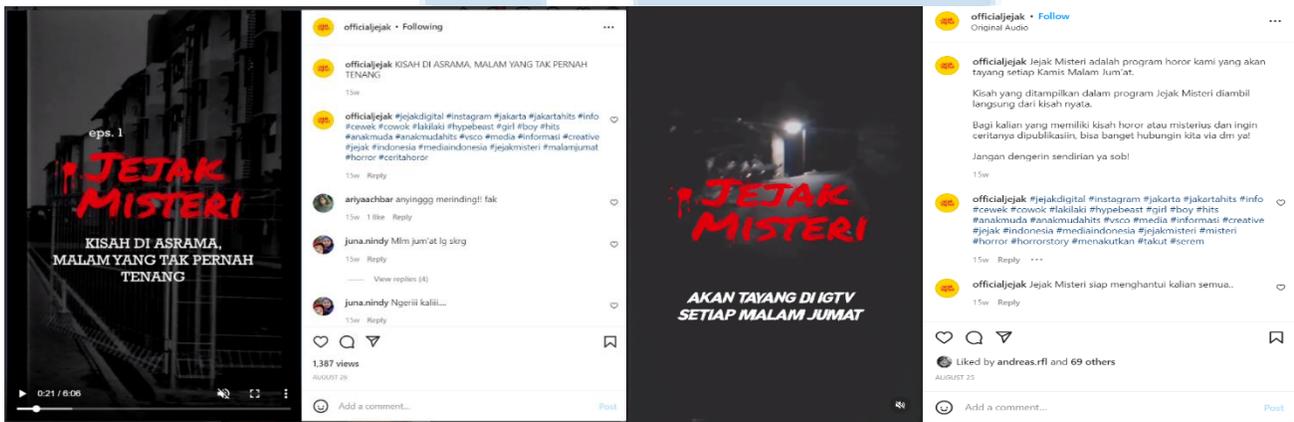
iv. Memberikan rangkaian *feeds* kepada pembimbing untuk diberikan masukan dan dikonfirmasi.

v. *Upload* video ke Instagram

Alasan mengapa konten Zodiak ini diciptakan adalah, karena Zodiak sedang ramai diciptakan kontennya oleh para selebgram yang memiliki *audiens* mayoritas anak muda. Selain itu, belum ada kompetitor yang menciptakan konten seperti ini.

2. Jejak Misteri

Gambar 3.3 konten Jejak Misteri



Sumber : Instagram Jejak Digital

Konten Jejak Misteri merupakan, konten yang menceritakan pengalaman / cerita horor dan menyeramkan yang pernah dialami oleh seseorang. Konten Jejak Misteri merupakan konten mingguan Jejak Digital yang diciptakan khusus untuk menemani malam jumat *audiens* dari Jejak Digital, karena konten Jejak Misteri diupload setiap minggu pada hari kamis malam. Selain itu konten tersebut merupakan konten

entertainment yang diciptakan untuk menarik dan menghibur para *audiens*, serta dengan tujuan utama membangun persepsi *audiens*, bahwa Jejak Digital merupakan media yang menghibur.

Terdapat beberapa proses dalam penciptaan konten Jejak Misteri:

1. Mengumpulkan cerita - cerita horor dari sosial media dan internet.
2. Memberikan naskah cerita kepada talent untuk voice over.
3. Memberikan hasil voice over ke pembimbing untuk dikonfirmasi.
4. Hasil voice over yang sudah dikonfirmasi diberikan kepada divisi documentation untuk memasuki proses *editing*,
5. Setelah melalui proses *editing*, hasil video diberikan kembali ke pembimbing untuk dikonfirmasi.
6. Video yang telah dikonfirmasi, diupload setiap kamis malam.

Alasan mengapa konten Jejak Misteri ini diciptakan adalah, karena Jejak Digital membutuhkan konten hiburan mingguan, dan konsep dari Jejak Misteri cocok dengan suasana malam jumat. Selain itu, menurut kincir.com, terdapat beberapa alasan mengapa masyarakat Indonesia tertarik dengan konten horor:

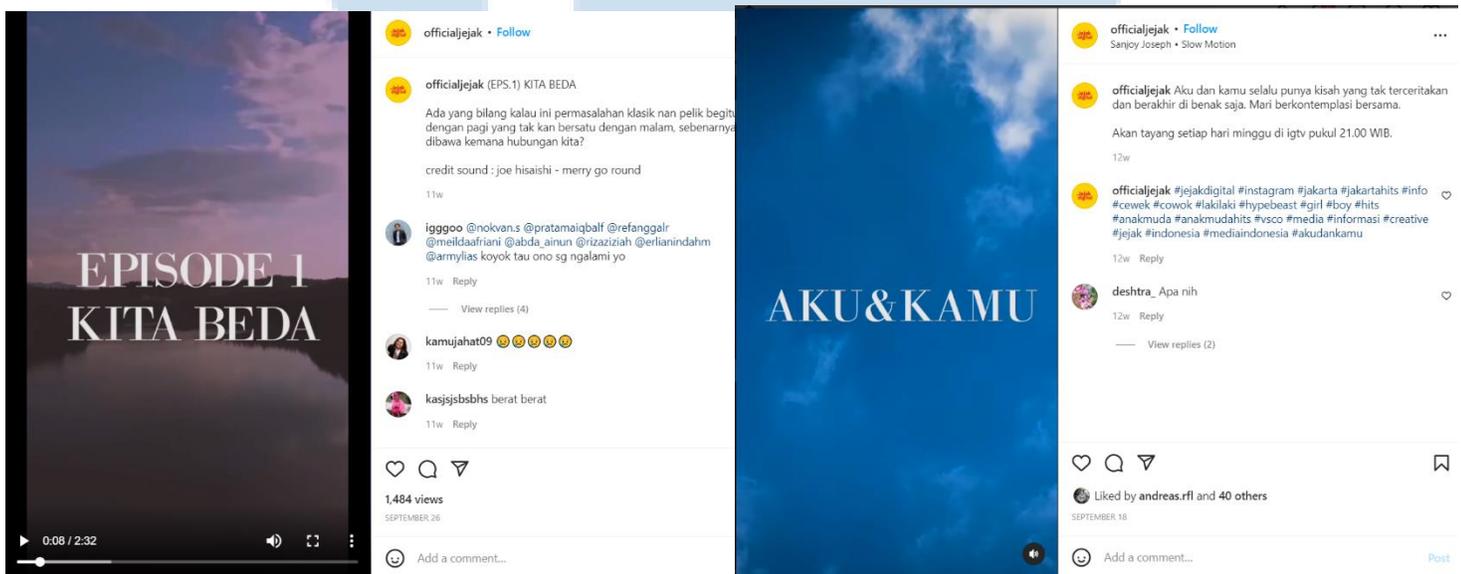
1. Keyakinan Akan Adanya Makhluk Gaib, karena dalam ajaran agama apapun ada satu sosok yang kerap digambarkan sebagai makhluk tak kasatmata yang sering mengganggu manusia.
2. Mitos kerap menakuti masa kecil, karena banyak anak kecil yang sering ditakut - takuti oleh orang dewasa dengan cerita berbau mistis.

3. Konten horor sendiri menjadi tantangan yang menyenangkan.

Selain itu, berdasarkan data dari situs Film Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, selalu ada film bergenre horor yang masuk daftar 15 besar film dengan jumlah penonton terbanyak. Apalagi, dalam periode 2016—2018, satu dari empat judul film yang tayang di bioskop adalah genre horor.

3. Konten Aku & Kamu

Gambar 3.4 Konten Aku & Kamu



Sumber : Instagram Jejak Digital

Konten Aku & Kamu merupakan, konten Instagram TV Jejak Digital dengan konsep dialog yang hanya berupa audio (voice over) antara dua orang dan dikombinasikan dengan musik yang sesuai dengan suasana konten. Konten Aku & Kamu sendiri mengangkat kisah fiksi tentang percintaan, keluarga, dan kehidupan. Kisah fiksi yang diangkat juga merupakan kisah yang kerap kali terjadi di

kehidupan anak muda. Konten Aku & Kamu merupakan konten yang *diupload* setiap hari minggu jam 9 malam.

Terdapat beberapa proses dalam penciptaan konten Aku & Kamu:

1. Menentukan kisah dan judul yang *relate* dengan anak muda.
2. Menciptakan naskah dialog.
3. Naskah dialog dikirimkan ke *talent* untuk melakukan *voice over*.
4. *Voice Over* dikirimkan ke divisi *documentation* untuk memasuki proses *editing*.
5. Setelah melewati proses *editing* oleh divisi *documentation*, hasil video diberikan kembali ke pembimbing untuk dikonfirmasi.
6. Setelah dikonfirmasi, video *diupload* di Instagram TV setiap hari Minggu.

Alasan mengapa konten Aku & Kamu diciptakan adalah, karena untuk menarik minat target *audiens* yang merupakan anak muda, maka Jejak Digital menciptakan konten yang *relate* dengan pergumulan hati anak muda, hal ini dilakukan untuk menarik empati anak muda untuk terus mengikuti konten - konten dari Jejak Digital. Konten ini juga diciptakan untuk menunjukkan bahwa Jejak Digital memahami pergumulan apa yang kadang terjadi dan dialami oleh anak muda.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

4. Konten Jejak Digital TV



Sumber : Instagram Jejak Digital

Konten tersebut merupakan konten *entertainment* yang diciptakan untuk menghibur *audiens* dari Jejak Digital dan untuk membangun persepsi Jejak Digital sebagai media yang menghibur dan tidak membosankan. Konten tersebut berisikan kata - kata dan kalimat - kalimat humor, namun tidak monoton.

Terdapat beberapa proses dalam penciptaan konten humor Jejak Digital:

1. Menciptakan kalimat - kalimat humor.
2. Mengajukan kalimat kepada pembimbing untuk dikonfirmasi.
3. Memberikan kalimat yang sudah dikonfirmasi kepada divisi *documentation* untuk melalui proses *editing*.

4. Setelah melalui proses *editing*, gambar diupload di Instagram Jejak Digital.

Alasan mengapa konten humor Jejak Digital diciptakan adalah, karena saat ini Jejak Digital memiliki tujuan *branding* menjadi media informasi, edukasi, dan *entertainment* serta ingin menghibur *audiens* dari Jejak Digital. Dan saat ini Jejak Digital sedang menekankan konten *entertainment* karena sebelumnya konten *entertainment* kurang ditekankan di Jejak Digital.

3.4 Kendala dan Solusi

3.4.1 Kendala

Terdapat beberapa kendala yang dialami selama proses melaksanakan tugas - tugas yang diberikan oleh pembimbing saat praktik magang seperti, membuat naskah dialog yang harus menggunakan kalimat - kalimat yang dalam dan menyentuh, dan perbedaan selera humor yang harus dituangkan dalam konten humor Jejak Digital.

3.4.2 Solusi

Solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala yaitu, penulis meminta arahan serta referensi kepada pembimbing mengenai bahasa yang sebaiknya digunakan, dan penulis melakukan *brainstorming* serta meminta arahan kepada pembimbing mengenai jenis humor yang harus dituangkan dalam konten humor Jejak Digital.