



### **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

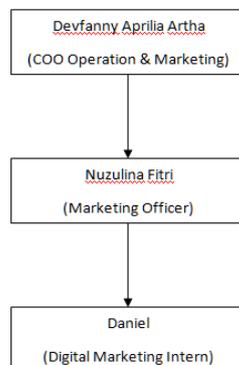
#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

##### 3.1.1 Kedudukan

Selama melakukan praktek magang di PT Global Tranforme Nusantara (TransforMe), penulis bekerja sebagai *Digital Marketing Intern* di divisi *marketing*. Dalam divisi tersebut, penulis dibimbing oleh Kak Nuzulina Fitri selaku *Marketing Officer* TransforMe dan Ibu Devfanny Aprilia Artha selaku *COO Operations & Marketing* TransforMe. Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis dituntut untuk melakukan pekerjaan yang diberikan agar sesuai dengan *job description* penulis, yakni sebagai *Digital Marketing*.

Peran *digital marketing* tersebut merupakan peran yang baru dibentuk ketika penulis melamar disana yang dimana peran *digital marketing* adalah menjalankan iklan melalui *FB/IG Ads* sebelumnya dijalankan oleh Ibu Devfanny Aprilia Artha. Karena posisi ini adalah perdana dalam perusahaan, maka belum ada standar operasional prosedur (SOP) yang mengatur secara jelas alur koordinasi dan deskripsi pekerjaan membuat penulis perlu beradaptasi dengan kebiasaan alur koordinasi dari divisi marketing itu sendiri.

##### 3.1.2 Koordinasi



Gambar 3.1 Struktur Koordinasi Divisi Digital Marketing di TransforMe

Sumber : Olahan Penulis, 2021

Dalam praktik kerja magang di divisi *marketing* TransforMe, dapat dilihat pada gambar 3.1, penulis berkoordinasi secara langsung dengan Kak Nuzulina Fitri. Akan tetapi, tidak hanya dengan Kak Nuzulina Fitri, penulis sering melakukan koordinasi dengan COO Operation & Marketing yaitu Ibu Devfanny Aprilia Artha. Koordinasi dilakukan melalui platform Zoom, Trello, dan Whatsapp. Penulis juga melakukan koordinasi dengan *social media specialist* untuk membantu *social media specialist* dalam membuat *copywriting* dan desain konten *social media*.

Koordinasi dengan divisi lain seperti misalnya dengan divisi *technical support* cukup jarang dilakukan penulis. Bentuk koordinasi yang dilakukan berupa pemasangan FB Pixel ke dalam website TransforMe dan memverifikasi domain website untuk tujuan mempermudah melacak hasil FB/IG Ads.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis melakukan kerja magang di divisi *marketing* TransforMe, dimulai dari tanggal 30 Agustus hingga 30 November 2021. Sebelum menjalankan tugas, penulis diberikan *training* selama satu minggu pertama masa kerja magang dan setelah diberikan *training* selama satu minggu penulis kemudian juga diberikan *training* 2 kali dalam sebulan selama masa praktik magang dilaksanakan. *Training* yang diberikan adalah seperti yang ditunjukkan pada table 3.1.

Tabel 3.1 Tabel *Training* Selama Tugas Magang

<b>Tanggal Training</b>	<b>Training</b>	<b>Trainer</b>
30 Agustus 2021	<i>Inaugural Meeting</i>	Team TransforMe
31 Agustus 2021	<i>Working Contract Review</i>	Sutaningrat Puspa
1 September 2021	<i>Product Knowledge</i>	Devfanny Artha

2 September 2021	<i>TransforMe Workflow</i>	Team TransforMe
20 September 2021	<i>Spreadsheet for Regular Purposes</i>	Sutaningrat Puspa
4 Oktober 2021	<i>Online Event Management</i>	Team TransforMe
16 Oktober 2021	<i>Marketing 360 degrees</i>	Dessy Dian Septiasari N
18 Oktober 2021	<i>CRM &amp; Sales</i>	Team TransforMe
20 Oktober 2021	<i>CRM &amp; Sales</i>	Devfanny Artha
30 Oktober 2021	<i>Public Speaking, Hosting, MC-ing</i>	TalkActive
10 November 2021	<i>Communication and Negotiation Skill</i>	Devfanny Artha
27 November 2021	<i>First Career Plan</i>	Devfanny Artha

Sumber : Olahan Penulis, 2021

Kemudian, selama menjalankan tugas, penulis melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan *digital marketing*, mulai dari *create and developing content*, pemasangan *online advertising*, *influencer marketing*. Penulis juga melakukan analisis hasil konten dan hasil *online advertising* tersebut menggunakan *tools* analisis dari *social media* terkait, dan membandingkan hasil analisis tersebut sebagai bahan evaluasi bagi pembuatan ide-ide konten selanjutnya. Penulis juga melakukan pekerjaan diluar *digital marketing* seperti membantu *team event* dalam mencari *speaker*, membuat sertifikat, hingga menjadi *admin* dalam suatu event.

Selama praktik magang, penulis ditunjuk untuk menjadi bagian dari *CRM* (*Customer Relationship Management*) yang berfungsi untuk menjaga hubungan yang baik dengan *customer* dari TransforMe dan sebelum ditunjuk penulis diberikan training oleh Devfanny Artha terkait mekanisme dalam menjalankan *CRM*.

Selama praktik kerja magang di TransforMe, penulis mendapatkan pekerjaan yang berguna sebagai pembelajaran untuk mengembangkan keterampilan penulis dalam dunia kerja, Berikut tugas yang harus dikerjakan oleh penulis selama praktek kerja magang pada table 3.2.

Tabel 3.2 Tabel Pelaksanaan Tugas Magang

No	Jenis Pekerjaan
<i>A. Social Media Instagram</i>	
1	Membuat <i>Copywriting</i> untuk konten <i>social media</i> Instagram
2	Membuat Visualisasi Konten <i>Social Media</i> Instagram dari <i>copywriting</i> .
3	Melakukan analisa <i>insight</i> di Instagram dan membuat laporannya
<i>B. KoL dan Paid Promote</i>	
1	<i>Research KoL (Key Opinion Leader)</i> dan <i>Paid Promote</i>
2	Negosiasi & Kerja sama dengan <i>KoL</i>
3	Meminta hasil insight dari konten yang <i>KoL</i> post.
<i>C. FB/IG Ads</i>	
1	Analisa hasil <i>FB/IG Ads</i>
2	Membuat <i>Ads Account</i> & Verifikasi Bisnis
3	Memasang <i>FB Pixel</i> ke dalam Website TransforMe
4	Melakukan Kampanye Iklan di <i>FB/IG Ads</i>
<i>D. Social Media Tiktok</i>	
1	Pembuatan Konten Tiktok
2	Memasang Iklan di TikTok Ads Manager
<i>E. Event</i>	
1	Mencari Speaker yang sesuai dengan Topik <i>Event</i>
2	Membuat Sertifikat untuk <i>event</i> TransforMe
3	Menjadi Presenter dalam <i>Event</i>
<i>F. Customer Relationship Management (CRM)</i>	
1	Menghubungi pelanggan untuk menanyakan tingkat kepuasan pelanggan.
<i>G. Pekerjaan Lain</i>	
1	Membuat PPT dari hasil mengikuti Webinar <a href="https://www.entrepreneurs.id">Entrepreneurs.id</a>

2	Membuat Laporan hasil Rekapitan Peserta SIGAP 2021
---	--

Sumber : Olahan Penulis, 2021

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama praktik kerja magang di TransforMe, penulis ditempatkan sebagai *digital marketing*, dan berada di divisi *marketing*. Meskipun penulis ditempatkan sebagai *digital marketing*, penulis juga diberikan tugas di luar *digital marketing*. Berikut merupakan detail dari pekerjaan yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang di TransforMe

#### A. *Social Media Instagram*

##### 1. Membuat *Copywriting* untuk konten *Social Media Instagram*

Penulis beserta dengan Team *Intern* lainnya diberikan tanggung jawab untuk membuat satu *Copywriting* tiap peserta *intern* per minggunya untuk membantu *Team Social Media Specialist* dalam menyiapkan konten Instagram. Untuk topik konten telah dibuat oleh *Team Social Media Specialist* sehingga penulis hanya perlu mencari materi terkait topik yang telah ditentukan.

Setelah *Copywriting* dibuat, *Team Social Media Specialist* akan melakukan koreksi terhadap informasi yang salah maupun kesalahan penulisan, lalu berikutnya akan dilanjutkan dengan pembuatan visualisasi dari konten oleh *team social media specialist*. Berikut contoh salah satu konsep konten *social media* instagram yang penulis buat pada gambar 3.2.

Slide of the Content	Slide	Slide
Title	10 give information about language test for study abroad Jenis - Jenis Tes Bahasa untuk kamu yang ingin kuliah di luar negeri	4. JLPT (Japanese Language Proficiency) JLPT adalah Tes untuk menguji kemampuan bahasa Jepang. JLPT terdiri dari 5 level yaitu N1, N2, N3, N4, N5. Syarat buat kamu untuk dapat kuliah di Jepang adalah Minimal N2.
Slide 1	Tahukah kamu ada beberapa tes Bahasa yang bisa kamu ikuti untuk dapat diterima di luar negeri. Yuk Slide buat tau tes apa saja yang tersedia !!	5. TOPIK (Test Of Proficiency in Korean) TOPIK merupakan sebuah tes untuk menguji kemampuan dalam menggunakan bahasa Korea. TOPIK terbagi menjadi dua yaitu TOPIK-I dan TOPIK-II. Perbedaannya adalah TOPIK-I terdiri dari 2 level (Level 1 dan Level 2) dan menguji Reading & Listening sedangkan untuk TOPIK-II terdiri dari 4 (Level 3 - Level 5) level dan menguji Listening, Writing, Reading. Syarat buat kamu agar bisa kuliah di Korea Selatan adalah Minimal Level 4.
Slide 2	1. IELTS (International English Language Testing System) & TOEFL (Test Of English as a Foreign Language) TOEFL dan IELTS adalah sebuah Tes yang digunakan untuk menguji kemampuan kemampuan bahasa Inggris seperti Reading, Writing, Listening dan Speaking. Perbedaannya adalah TOEFL menggunakan bahasa Inggris dengan American Style sedangkan IELTS menggunakan bahasa Inggris dengan British Style. Untuk kamu yang ingin kuliah di luar negeri maka Nilai TOEFL kamu minimal 80 atau IELTS minimal 6.	Slide 7
Slide 3	2. DELF (Diplôme de Études en Langue Française) & DALF (Diplôme Avancé de Langue Française) DELF & DALF merupakan tes untuk menguji kemampuan bahasa Prancis, skill yang diuji adalah Reading, Speaking, Listening dan Writing. Perbedaan DELF & DALF adalah DELF merupakan tes untuk level Beginner (A1 dan A2) dan level Intermediate (B1 dan B2) sedangkan DALF merupakan tes untuk level Advance (C1 dan C2). Syarat minimal untuk bisa kuliah di Prancis adalah minimal level B2 - C1.	Slide 8
Slide 4	3. TestDaF (Test Deutsch als Fremdsprache) TestDaF merupakan tes kemampuan bahasa yang menguji Reading, Speaking, Listening, dan Writing dalam bahasa Jerman. Syarat Minimal buat kamu bisa kuliah di Jerman adalah Minimal Level C1.	Call To Action Kalian akan diajarkan oleh pengajar yang berpengalaman dan juga kompeten. Source : If any <a href="https://kuiputer.com/pinter-blog/5-macam-tes-bahasa-asing-untuk-ditemukan-untuk-kuliah-luar-negeri/">https://kuiputer.com/pinter-blog/5-macam-tes-bahasa-asing-untuk-ditemukan-untuk-kuliah-luar-negeri/</a>

Gambar 3.2 Copywriting Konten Feed Social Media Instagram Transforme

Sumber : TransforMe,2021

## 2. Membuat Visualisasi Konten Social Media Instagram dari copywriting.

Penulis diberikan tanggung jawab dalam membuat visualisasi konten *social media* Instagram dikarenakan *social media specialist intern* TransforMe mengundurkan diri dari jabatan dia sehingga dikarenakan kekurangan tenaga untuk membuat visualisasi konten *social media* Instagram maka penulis ditunjuk oleh Nuzulina Fitri selaku staf pendamping penulis untuk membantu tim *social media* untuk membuat visualisasi konten dari hasil *copywriting* yang telah dibuat oleh *team intern* ke dalam bentuk *Feeds* Instagram. Dikarenakan penulis diminta untuk membuat visualisasi konten *feeds* Instagram, penulis tidak lagi diminta untuk membuat satu *copywriting* setiap minggunya melainkan penulis diminta untuk memvisualisasikan 2 atau 3 hasil *copywriting team intern* kedalam konten *feeds* Instagram.

Untuk membuat konten *feeds* Instagram, pertama penulis diundang ke dalam grup Whatsapp "*Creative Team*". Di dalam

grup tersebut penulis diberikan akses kedalam *Content Calender* dari *Feeds* Instagram untuk melihat bagian yang penulis harus kerjakan dan akses ke dalam Canva Premium untuk membuat visualisasi konten *feeds* Instagram. Berikut merupakan *content calendar* dari Transforme yang ditunjukkan pada gambar 3.3.

	8	9	10	11	12	13
Transforme Podcast Recommendation (Nuzul)	Quote (Nuzul) Link: <a href="https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/">https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/</a>	5 Negara dengan kualitas pendidikan terbaik (Nuzul) Link: <a href="https://www.instagram.com/VIDIUPNE17?utm_source=ig_user_story">https://www.instagram.com/VIDIUPNE17?utm_source=ig_user_story</a>	Poster NARON MELAWAN Hukuman Link	Kuntungan beasiswa SISGP (Dinas) Link: <a href="https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/">https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/</a>	Konten Kreasi (Dhafia) putih Link: <a href="https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/">https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/</a>	Negara Asia yang menjadi pilihan terbaik untuk study abroad (Beno) Link: <a href="https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/">https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/</a>
Konten: Rekomendasi film tentang pendidikan di berbagai negara (Nando) Link:	Reshare poster TransformeTalks	Fakta asyiknya kuliah di Swedia (Dinas) Link: <a href="https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/">https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/</a>	Imunan Indonesia di bidang STEM yang diakui dunia (Nando) Link:	Link: <a href="https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/">https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/</a>	Beasiswa yang tidak ada seleksi wawancara (Dhafia)	Tips menghilangkan rasa malas di Maudy Ajunda (Beno) Link: <a href="https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/">https://www.canva.com/design/DAC9144AE4E-d8a5997110Wwv0D01mce3wef/</a>
			Top 5 Universities in Sweden (Nuzul)		Why you should study abroad with Maa Iwan (Nuzul) Link:	

Gambar 3.3 *Content Calendar* Instagram dari TransforMe

Sumber: TransforMe,2021

Setelah visualisasi konten telah selesai dibuat, penulis diminta untuk meletakkan *link* Canva kedalam *content calendar* untuk selanjutnya akan dikoreksi oleh Nuzulina Fitri untuk kelayakan konten. Setelah dikoreksi oleh Nuzulina Fitri maka konten harus diserahkan kepada Devfanny Artha untuk dilakukan pengecekan terakhir sebelum konten di posting di Instagram transforme.id. Berikut hasil visualisasi konten yang sudah penulis buat pada gambar 3.4.

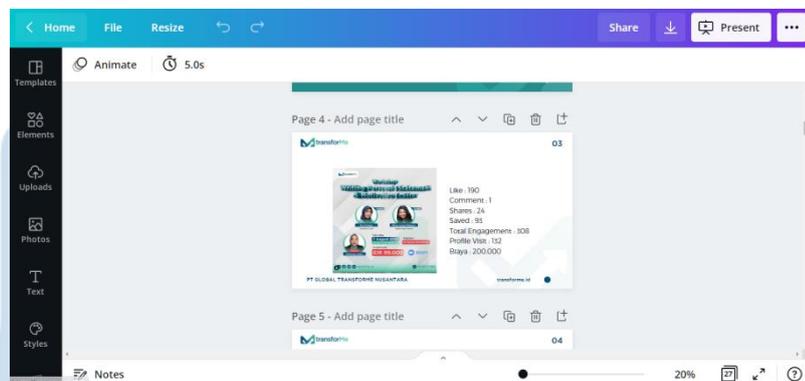


Gambar 3.4 Konten *Feeds* IG

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

### 3. Melakukan analisa *insight* di Instagram dan membuat laporannya.

Selama praktik kerja magang di TransforMe, penulis diberikan tugas untuk menganalisa konten *feeds* instagram TransforMe. Analisa dilakukan dengan menggunakan fitur *insight* yang disediakan oleh Instagram. Pertama kali penulis melakukan Analisa konten Instagram, penulis dibantu oleh social media specialist intern. Yang dimana *social media specialist intern* membuat laporan terkait hasil *insight* konten selama bulan agustus sehingga penulis hanya melakukan analisa dan membuat PPT terkait konten Instagram bulan agustus. Berikut merupakan PPT yang penulis buat terkait analisis konten Instagram bulan agustus pada gambar 3.5.

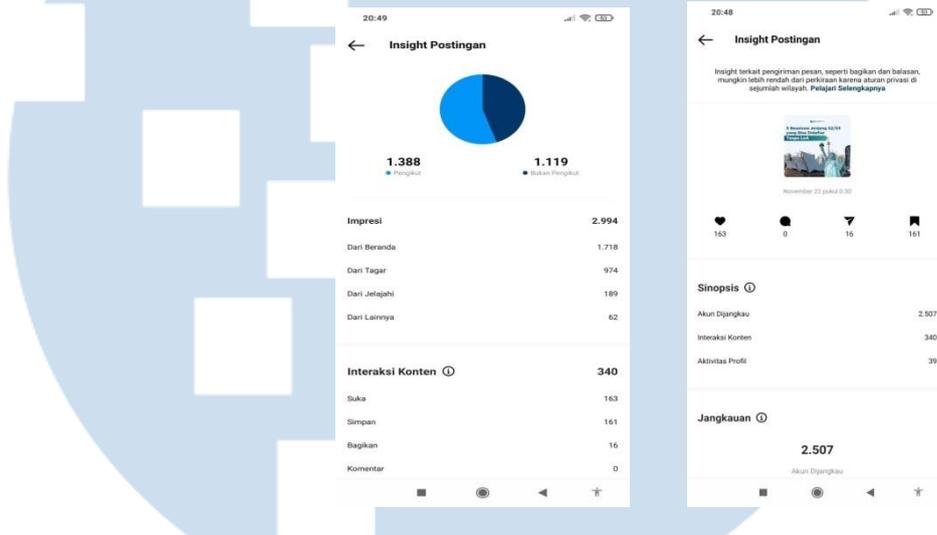


Gambar 3.5 Analisa konten Instagram bulan Agustus

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Dikarenakan *social media specialist intern* yang mengundurkan diri sehingga tugas analisa konten instagram sepenuhnya dilakukan oleh penulis mulai dari melakukan analisa

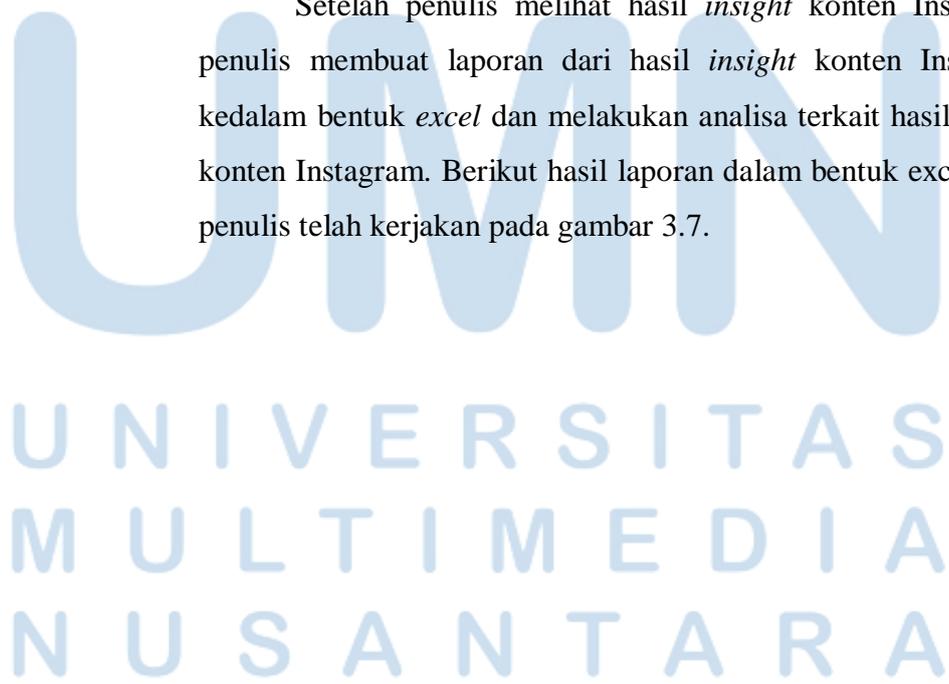
menggunakan tool *insight* dari Instagram, membuat laporan untuk konten per bulan, dan membuat ppt untuk memberikan rangkuman terkait konten yang memiliki total engagement tinggi. Berikut dokumentasi yang penulis siapkan terkait analisa konten instagram pada gambar 3.6.



Gambar 3.6 *Insight* Konten Instagram TransforMe

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

Setelah penulis melihat hasil *insight* konten Instagram, penulis membuat laporan dari hasil *insight* konten Instagram kedalam bentuk *excel* dan melakukan analisa terkait hasil *insight* konten Instagram. Berikut hasil laporan dalam bentuk *excel* yang penulis telah kerjakan pada gambar 3.7.

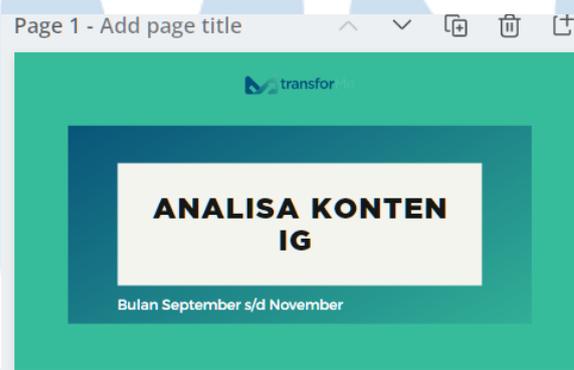


Month	Week	Jenis Konten	Ad	Jenis	Kategori	Engagement Rate	Reach	Follower	Profile Views	Engagement Rate Per Post	Engagement Rate Per Day	Daily Engagement Rate
SEPTEMBER	1 - 3	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
SEPTEMBER	4 - 6	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
SEPTEMBER	7 - 12	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
SEPTEMBER	13 - 19	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
SEPTEMBER	20 - 26	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
SEPTEMBER	27 - 30	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

Gambar 3.7 Laporan Analisa Konten Instagram

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

Kemudian penulis merangkum hasil analisa tersebut kedalam PPT yang kemudian akan diserahkan kepada Devfanny Artha. PPT tersebut berisi konten yang memiliki *total engagement* diatas 100 dan hari dan waktu dengan jumlah *follower* aktif, dan juga jenis konten yang disukai oleh *follower* dari Instagram TransforMe. Berikut PPT yang penulis kerjakan pada gambar 3.8.



Gambar 3.8 PPT Analisa Konten Instagram

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

## B. *KoL (Key Opinion Leader) dan Paid Promote*

## 1. *Research KoL (Key Opinion Leader) dan Paid Promote*

Selama praktik kerja magang sebagai *digital marketing intern* di TransforMe, penulis diberikan tugas untuk melakukan *research KoL* yang sesuai dengan pasar yang dituju oleh TransforMe. Setelah penulis melakukan *research KoL*, maka kemudian penulis akan menghubungi *KoL* melalui Whatsapp atau Email untuk diminta informasi terkait *ratecard*, kemudian penulis membuat daftar *KoL*. Berikut daftar *KoL* beserta informasi *ratecard* pada gambar 3.9.

Nama KOL	Rate Card
Robinson Sinurat	1X Story Swipe up: 750rb 1X IG Photo: 3jt 1X IG Video: 5jt
Zhafira Alha	
Kinantibs	TikTok 1x Post 2.500k 3x Post 7.250k 5x Post 12.000k *add on IG reel repost 1.000k *add on IG story repost 700k *add on IG story highlight 300k Instagram 1x Post IG Story 750k Set Post IG Story (3-4 Posts) 2.000k 1x Post IG Feed keep 1 month 750k *currency is in Indonesian Rupiah (IDR)
Gabrielle Sally	Syarat kerjasama: 1. Pengerjaan video 7-10 hari kerja setelah pelunasan 2. Diperbolehkan revisi video maksimal 2x 3. Ratecard hanya berlaku untuk bulan September 4. Content yang di post di TikTok akan di keep selama minimal 1 bulan 5. Content yang di repost di Instagram Reels akan di keep selamanya 6. Tidak diperkenankan untuk repost video (ada biaya tambahan untuk content owning).

Gambar 3.9 *Ratecard KoL*

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

Penulis tidak hanya melakukan *research* terkait *KoL*, tetapi juga melakukan *research* terkait akun *paid promote* yang sesuai dengan pasar yang dituju TransforMe. Kemudian sama seperti *research* terkait *KoL*, penulis menghubungi pemilik akun *paid promote* untuk meminta informasi terkait *ratecard* dan membuat daftar akun *paid promote*. Berikut daftar akun *paid promote* beserta dengan informasi *ratecard* pada gambar 3.10.

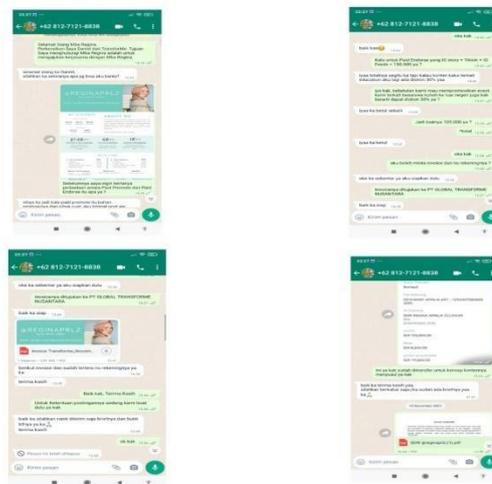
Paid Promote			
No	Account Name	Link	Price
8	Info Beasiswa	<a href="https://www.instagram.com/info_beasiswa/">https://www.instagram.com/info_beasiswa/</a>	<a href="https://drive.google.com/file/d/1dlk4-awq0bgfAPeujtY6wRbpZN39mklk/view?usp=drivesdk">https://drive.google.com/file/d/1dlk4-awq0bgfAPeujtY6wRbpZN39mklk/view?usp=drivesdk</a> Rp.40.000
9	Info Beasiswa Luar Negeri	<a href="https://www.instagram.com/infobeasiswaaluarnegeri/">https://www.instagram.com/infobeasiswaaluarnegeri/</a>	Yang mana sudah termasuk : # 1 x Post Feed dikeep selamanya # 1 x Post Story + bisa ditambah link
10	Beasiswa Indo	<a href="https://www.instagram.com/beasiswaindo/">https://www.instagram.com/beasiswaindo/</a>	<a href="https://docs.google.com/document/d/1H9v9uUITIdHeNb_hfkIUauMMaix96B_AA7STUihEFA/edit?usp=sharing">https://docs.google.com/document/d/1H9v9uUITIdHeNb_hfkIUauMMaix96B_AA7STUihEFA/edit?usp=sharing</a>
11	INDBeasiswa	<a href="https://www.instagram.com/indbeasiswa/">https://www.instagram.com/indbeasiswa/</a>	
12	Info Lomba Beasiswa	<a href="https://www.instagram.com/info_lomba_beasiswa/">https://www.instagram.com/info_lomba_beasiswa/</a>	<a href="https://lib.mediaprestasi.com/">https://lib.mediaprestasi.com/</a>
13	Beasiswa_News	<a href="https://www.instagram.com/beasiswa_news/">https://www.instagram.com/beasiswa_news/</a>	Feeds 1x 100K 2x 200K 3x 250K 5x 400K  Story (Swipe Up) 1x 50K 3x 140K 5x 200K
14	Pemhuri Beasiswa S2	<a href="https://www.instagram.com/pemhuribeasiswa2/">https://www.instagram.com/pemhuribeasiswa2/</a>	Paket Pemburu : 30.000 (1 Feed & 1 Story Keep 1 Hari) Paket Beasiswa : 50.000 (3 Feed & 3 Story Keep 5 Hari)

Gambar 3.10 Ratecard Paid Promote

Sumber : Dokumentasi Penulis,2021

## 2. Negosiasi & Kerja sama dengan KoL & Paid Promote

Selama praktik kerja magang, penulis telah bekerja sama dengan 4 KoL dengan tujuan untuk mempromosikan *event* TransforMe di *social media* KoL. Sebelum kerja sama dengan KoL, penulis melakukan negosiasi dengan KoL terlebih dahulu untuk mendapatkan kesepakatan bersama. Berikut merupakan contoh obrolan penulis dengan KoL pada gambar 3.11.



Gambar 3.11 Obrolan Penulis dengan KoL



TransforMe untuk dipost oleh pihak pemilik akun *paid promote*. Selama praktek magang penulis bekerja sama dengan 4 akun *paid promote*. Berikut bukti kerjasama dengan pihak pemilik akun *paid promote* pada gambar 3.13.



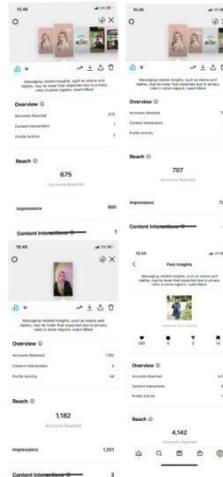
Gambar 3.13 Bukti Kerjasama dengan akun *paid promote*

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

### 3. Meminta hasil *insight* dari konten yang dipost *KoL*.

Setelah kerjasama dengan *KoL* telah dilaksanakan, selanjutnya penulis meminta hasil *insight* konten yang dipost oleh *KoL*. *Insight* tersebut kemudian penulis masukkan ke dalam Google Drive yang tersedia untuk tujuan dilakukan evaluasi terkait hasil kerjasama dengan *KoL*. Berikut contoh hasil *Insight* konten *social media* dari *KoL* pada gambar 3.14.

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



Gambar 3.14 *Insight* Konten *KoL*  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021

### C. *FB/IG Ads*

#### 1. *Analisa FB/IG Ads*

Selama praktek kerja magang, penulis diberikan tugas untuk menganalisa dan membuat *FB/IG Ads*. Tools yang digunakan adalah Facebook Business Manager. Sebelum melakukan tugas yang diberikan, penulis diberikan akses untuk membuka Facebook Business Manager. Setelah diberikan akses penulis diminta untuk melakukan Analisa terkait konten yang telah di iklankan sebelum penulis melaksanakan praktek kerja magang di TransforMe. Berikut laporan hasil analisa *FB/IG Ads* pada gambar 3.15.

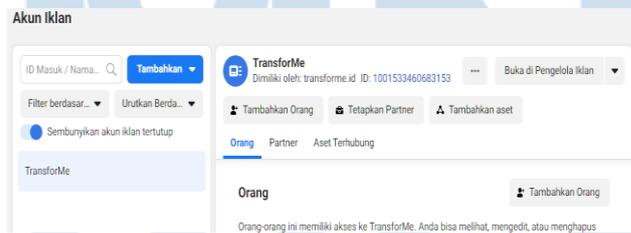
Tanggal iklan	Durasi	Konten	Tujuan Konten	Jumlah iklan	Klik Tujuan	Like/Retweet	Pesan	Proses	Biaya per klik	Demografi	Saluran	Budget
1 April 2021	4 hari	Promosi Konten IG	Mendapatkan lebih banyak pengunjung situs web	2752	224	-	-	-	350.857420	54.6 % Perempuan 45.2 % Laki-Laki	Jawa Barat: 4152 Jawa Tengah: 4020 Jawa Timur: 3920 Sumatera Utara: 1392	200.000
6 April 2021	3 hari	Promosi Konten IG	Mendapatkan lebih banyak pengunjung situs web	4580	82	-	-	-	151	24.1 % Perempuan 75.9 % Laki-Laki	Jawa Tengah: 6830 Jawa Timur: 6782 Jawa Barat: 6330 Sumatera Barat: 2000	124.420
4 Mei 2021	3 hari	Promosi Konten IG	Mendapatkan lebih banyak pengunjung situs web	7144	122	-	-	-	2469	55.8 % Perempuan 44.2 % Laki-Laki	Jawa Tengah: 12729 Jawa Timur: 10911 Jawa Barat: 7792 Sumatera Selatan: 2480	300.000
22 Mei 2021	2 hari	Promosi Konten IG	Mendapatkan Lebih banyak Pesan	903	-	-	-	-	24284	48.7 % Perempuan 51.3 % Laki-Laki	Jawa Barat: 147 Jawa Timur: 122 Jawa Barat: 116 Jawa Tengah: 86	24284
17 Juni 2021	2 hari	Transfer/Nota Sifatnya to Win LQDP Scholarship 2021	Mendapatkan Prosep	1623	-	-	-	-	147076	-	Jakarta: 11307 Jawa Barat: 471	147076
23 Juni 2021	8 hari	Promosi B2BAP	Mendapatkan lebih banyak pesan di WhatsApp	4194	102	-	-	-	244	-	Jawa Barat: 6688 Jawa Tengah: 6530 NTT: 2744 Jawa Timur: 3190	248866
29 Juni 2021	8 hari	Promosi Konten IG	Mendapatkan lebih banyak pengunjung situs web	6696	71	-	-	-	663	50.2 % Perempuan 49.8 % Laki-Laki	Jakarta: 38112 Jawa Barat: 16984	400000
29 Juni 2021	8 hari	Promosi Konten IG	Mendapatkan lebih banyak pengunjung situs web	16349	393	-	-	-	2034	47.6 % Perempuan 52.4 % Laki-Laki	Jakarta: 112322 Jawa Barat: 61737	1000000
29 Juni 2021	8 hari	Promosi Konten IG	Mendapatkan lebih banyak pengunjung situs web	18769	384	-	-	-	412	47 % Perempuan 53 % Laki-Laki	Jakarta: 12348 Jawa Barat: 62336	1800000
29 Juni 2021	7 hari	Let's up your professional career and business globally	Mendapatkan Prosep	11242	-	-	-	-	92909	29 % Perempuan 71 % Laki-Laki	Jakarta: 7940 Jawa Barat: 3800	1000000
29 Juni 2021	7 hari	Turut-turut TransforMe yang masih belum pernah menang kompetisi. Menyangkut pekerjaan dari lapangan pemerintahan?	Mendapatkan Prosep	15433	-	-	-	-	15000	39.6 % Perempuan 60.4 % Laki-Laki	Jawa Barat: 1638 Jawa Timur: 1668 Jawa Tengah: 1524 Sumatera Utara: 1913	1000000
29 Juni 2021	8 hari	Let's up your professional career and business globally	Mendapatkan Like	14024	-	566	-	-	79	20.4 % Perempuan 79.6 % Laki-Laki	Jawa Barat: 2692 Jawa Tengah: 1598 Jawa Timur: 1662 Sumatera Utara: 312	763476
29 Juni 2021	7 hari	Haloo dapat berdiskusi dan sharing dengan mentor-mentor keren seaneh apapun?	Mendapatkan lebih banyak pengunjung situs web	23824	112	-	-	-	804	47.4 % Perempuan 52.6 % Laki-Laki	Bali: 12880 Jawa Barat: 2160 Jakarta: 2070 Jawa Timur: 560	801047
13 Jul 2021	4 hari	Kleoner TransforMe	Mendapatkan lebih banyak pesan di WhatsApp	4426	-	-	28	-	820	28.8 % Perempuan 71.2 % Laki-Laki	Jawa Barat: 414 Sumatera Utara: 404	130211

Gambar 3.15 Analisa FB/IG Ads

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

## 2. Membuat Ads Account & Verifikasi Bisnis

Dikarenakan sebelumnya ketika TransforMe membuat FB/IG Ads melalui Ads Account pribadi dari Devfanny Artha. Sehingga penulis diminta untuk membuat Ads Account khusus untuk TransforMe. Setelah Account telah dibuat kemudian Ads Account harus dilakukan verifikasi bisnis agar Ads Account bisa digunakan untuk memasang iklan. Berikut bukti pembuatan ads account oleh penulis pada gambar 3.16.



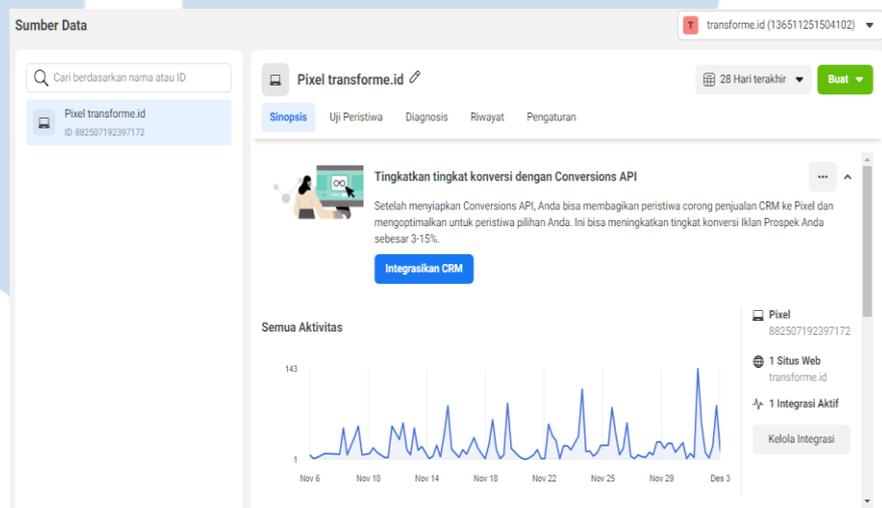
Gambar 3.16 Akun Iklan TransforMe

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

## 3. Memasang FB Pixel ke dalam Website TransforMe

Agar kampanye *conversion* bisa digunakan untuk kampanye iklan dibutuhkan pemasangan *Fb Pixel* pada website TransforMe. Tujuan dari pemasangan *Fb Pixel* adalah untuk mentracking kegiatan yang terjadi didalam website mulai dari *website visitor*, jumlah orang yang melakukan pembelian,dll.

Untuk pemasangan *Fb Pixel*, penulis dibantu oleh *Technical Support Intern* untuk memasang *Fb Pixel* ke dalam website dan juga melakukan verifikasi domain. Berikut *Fb Pixel* yang sudah terpasang pada gambar 3.17.



Gambar 3.17 *Fb Pixel* TransforMe

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

#### 4. Melakukan Kampanye Iklan

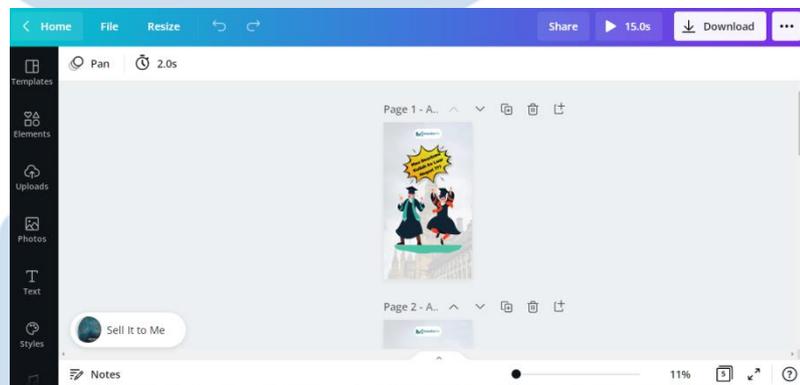
Selama praktek kerja magang, penulis diberikan tugas untuk membuat 4 kampanye iklan yang bertujuan untuk mempromosikan *event* yang sedang berjalan. 4 Kampanye tersebut terdiri dari 3 *Conversion* dan 1 *Awareness*. Berikut hasil kampanye iklan yang penulis lakukan pada gambar 3.18.

Nonaktif / Aktif	Nama Iklan	Penayangan ↑	Nama Set Iklan	Strategi Penawaran	Anggaran	Editor
<input type="checkbox"/>	Poster Transforme X Talk	● Selesai	Poster Public Speaking X Talk 0 iklan aktif	Biaya terendah Konversi	Menggunakan ...	
<input type="checkbox"/>	Video WISE	● Selesai	Story Wise 0 iklan aktif	Biaya terendah Konversi	Menggunakan ...	7 Okt 58 hari
<input type="checkbox"/>	Iklan Baru	● Selesai	Set Iklan Wise 0 iklan aktif	Biaya terendah Konversi	Menggunakan ...	
<input type="checkbox"/>	Iklan Baru	Nonaktif	TranforTalks Switzerlands 0 iklan aktif	Biaya terendah Peningkatan Ad Re...	Menggunakan ...	

Gambar 3.18 Kampanye Iklan TransforMe

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

Selama menjalankan iklan, penulis diminta untuk membuat konten dalam bentuk *story* yang akan digunakan untuk beriklan. Berikut adalah konten *Story* yang penulis kerjakan menggunakan Canva pada gambar 3.19.



Gambar 3.19 Konten *Story* Iklan

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

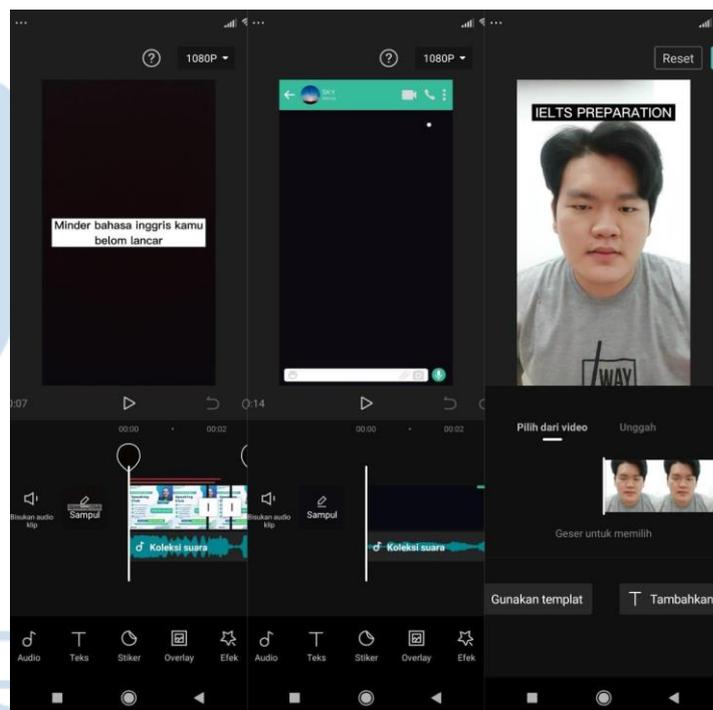
Setelah iklan telah berakhir, penulis juga diminta untuk merekap invoice dan hasil iklan dan meneruskannya kepada Devfanny Artha sehingga terdapat dokumen yang jelas terkait uang yang dibelanjakan dalam menjalankan iklan di Fb/Ig Ads.

## D. Social Media TikTok

### 1. Pembuatan Konten TikTok

Dikarenakan TransforMe ingin merambah ke social media TikTok dengan menggunakan *TikTok Ads*. Yang dimana sebelum diputuskan untuk mencoba *TikTok Ads*, penulis beserta dengan *Team Marketing* TransforMe telah melakukan meeting dengan *Account Manager* dari TikTok. Yang dimana setelah melakukan meeting tersebut penulis diberikan tugas untuk membuat 5 video tiktok untuk dijadikan bahan dalam membuat *TikTok Ads*. 5 video tersebut diantaranya adalah *Brand Awareness*, mempromosikan *Event*, *Speaking Club*, *IELTS Preparation*, dan *Scholarship Accelerator*.

Video TikTok yang penulis buat diedit menggunakan Canva dan aplikasi Capcut. Berikut contoh video tiktok yang penulis buat untuk keperluan *Tiktok Ads* pada gambar 3.20.

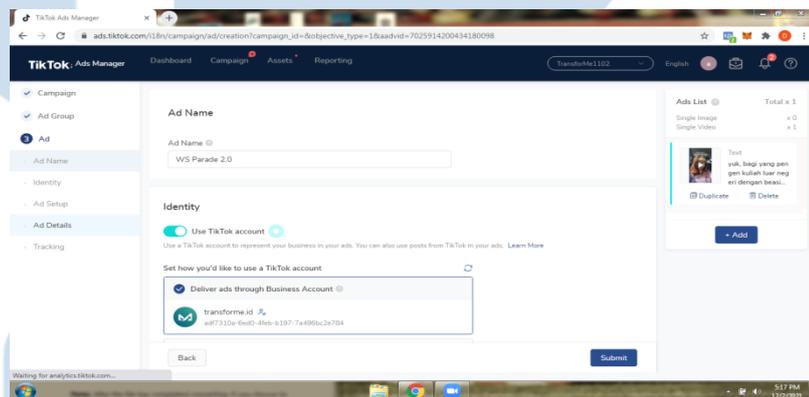


Gambar 3.20 Pembuatan Konten TikTok

Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021

## 2. Memasang Iklan di TikTok Ads Manager

Dikarenakan adanya keinginan untuk mencoba Tiktok, maka penulis diberikan tugas untuk membuat tiktok ads melalui TikTok Ads Manager. Pemasangan iklan di Tiktok Ads Manager ini dipandu langsung oleh *Account Manager* dari TikTok sehingga proses pemasangan dapat lebih mudah dilakukan. Pemasangan Iklan ini menggunakan postingan tiktok yang sudah di post di akun tiktok TransforMe. Berikut adalah proses pemasangan iklan di TikTok Ads Manager pada gambar 3.21.



Gambar 3.21 Pemasangan Ads melalui Tiktok Ads Manager

Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021

## E. Event

### 1. Mencari *Speaker* yang sesuai dengan *Topik Event*

Selama praktek kerja magang, penulis diberikan tugas untuk mencari *speaker* yang sesuai dengan *event* yang dijalankan oleh TransforMe. Penulis mencari *speaker* yang sesuai dengan

cara memasukkan *keyword* yang sesuai dengan topik ke dalam pencarian *social media* seperti Tiktok, Instagram, LinkedIn, & Youtube. Setelah mendapatkan beberapa kandidat penulis memasukkannya ke dalam *spreadsheet* sehingga terdapat beberapa calon *speaker*.

Setelah mendapatkan beberapa calon *speaker*, kemudian penulis menghubungi calon *speaker* tersebut. Kemudian setelah pesan telah dibalas oleh calon *speaker* dan calon *speaker* setuju untuk menjadi *speaker* maka akan dilanjutkan untuk diadakan *technical meeting* untuk membahas terkait apa saja yang harus *speaker* jelaskan ketika *event* berlangsung dan juga penulis meminta foto beserta kredensial dari *speaker* untuk dikirim ke Nuzulina Fitri yang kemudian akan dimasukkan kedalam poster.

Kemudian beberapa hari sebelum *event* dilaksanakan, penulis kembali mengingatkan kembali kepada *speaker* tanggal *event* dilaksanakan dan juga meminta ppt yang telah disiapkan untuk diedit agar sesuai dengan template ppt milik TransforMe.

Pada hari-H, penulis memberikan *link zoom* untuk *event* tersebut dan setelah *event* selesai penulis mengucapkan terimakasih kepada *speaker* dan memberikan sertifikat dan *fee* kepada *speaker*. Berikut obrolan penulis dengan *speaker event KAIST Scholarship* pada gambar 3.22.

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

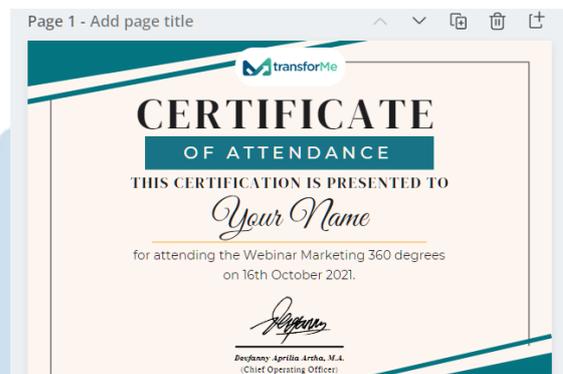


Gambar 3.22 Obrolan Penulis dengan *Speaker KAIST Scholarship*

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

## 2. Membuat Sertifikat untuk *Event TransforMe*

Selama praktik kerja magang, penulis juga diberikan tugas untuk membuat sertifikat untuk peserta yang mengikuti *event* TransforMe. Untuk pembuatan sertifikat penulis membuat sertifikat menggunakan Canva. Berikut Sertifikat yang penulis buat pada gambar 3.23.



Gambar 3.23 Sertifikat yang Penulis Buat

Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021

## 3. Menjadi *Presenter* dalam *Event*

Selama praktek kerja magang, penulis beserta *team intern* lainnya diberikan tugas untuk menjadi *MC* atau *Presenter* di

dalam suatu *Event*. Penulis mendapat bagian untuk menjadi *presenter* dalam *Event KAUST Scholarship* dan juga *Event PhD* yang dimana tugas dari *presenter* adalah membantu *speaker* dalam *menshare-screen* PPT sehingga *speaker* dapat dengan mudah menjelaskan materi dari ppt. Berikut jadwal *MC* dan *Presenter* Event pada gambar 3.24.

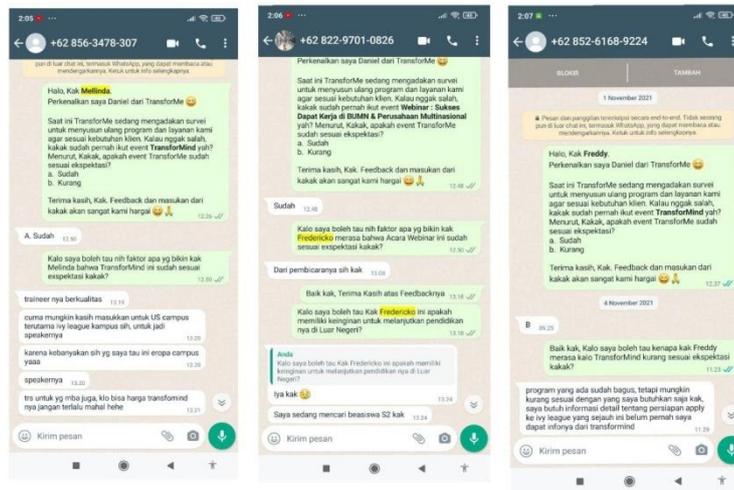
Weekly Team			
Tanggal Event	Nama Event	Team & Roles	Urutan Admin
09/30/2021	Webinar KAUST	- Daniel (Presentator) - Aulia (MC)	Dhani Oktavian Elfaraby

Gambar 3.24 Jadwal *MC* dan *Presenter*

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

#### ***F. Customer Relationship Management (CRM)***

Penulis ditunjuk untuk menjadi *Team CRM* dari TransforMe yang bertujuan untuk menanyakan tingkat kepuasan pelanggan dan mencoba menawarkan produk kepada pelanggan. Sebelum pekerjaan ini dilakukan *Team CRM* diberikan 2 kali *training* untuk membantu *Team CRM* dalam menjalankan tugasnya. Setelah *training* diberikan, penulis diberikan daftar nama pelanggan beserta kontak yang bisa dihubungi. Kemudian penulis menghubungi pelanggan tersebut untuk menanyakan tingkat kepuasan terhadap apa yang mereka rasakan setelah mengikuti program yang diadakan TransforMe. Setelah semua pelanggan telah di kontak selanjutnya penulis melaporkan hasil CRM kepada Devfanny Artha ketika *meeting*. Berikut contoh *CRM* yang penulis lakukan pada gambar 3.25.



Gambar 3.25 CRM yang dilakukan Penulis

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

## G. Pekerjaan Lainnya

### 1. Membuat PPT dari hasil mengikuti Webinar Entrepreneurs.id

Pekerjaan tambahan yang diberikan adalah ketika Devfanny Artha menawarkan kepada *Team Marketing* untuk mengikuti *Webinar* dari *Entrepreneurs.id* yang dimana penulis memilih untuk mengikuti *webinar* tersebut. Setelah penulis mengikuti *webinar* tersebut, penulis diminta untuk membuat PPT terkait *Webinar* dari *Entrepreneurs.id*. Berikut hasil ppt yang penulis telah kerjakan pada gambar 3.26.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.26 PPT Webinar Entrepreneurs.id

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

## 2. Membuat Laporan hasil Rekaplan Peserta SIGAP 2021

Selama praktek kerja magang, penulis diberikan tugas untuk merekap peserta SIGAP 2021. Rekaplan itu berupa dari mana peserta mengetahui SIGAP 2021, hingga persebaran peserta SIGAP 2021. Kemudian setelah rekaplan telah dibuat, penulis diminta untuk membuat PPT terkait hasil rekaplan peserta SIGAP 2021. Berikut PPT terkait rekaplan peserta SIGAP 2021 pada gambar 3.27..



Gambar 3.27 PPT Rekaplan SIGAP 2021

Sumber: Dokumentasi Penulis,2021

### **3.3.2 Kendala yang ditemukan**

#### **A. Social Media Instagram**

Kendala yang dialami oleh penulis yakni dalam pembuatan konten feeds instagram, terdapat interns yang belum membuat copywritingnya sehingga membuat penulis harus menunda pembuatan konten feeds instagram.

#### **B. KoL & Paid Promote**

Kendala yang penulis alami adalah ketika penulis sedang mencari KoL & Paid Promote yang sesuai dengan topik beasiswa, penulis merasa bahwa KoL dan Paid Promote yang tersedia sangatlah sedikit.

#### **C. FB/IG Ads**

Kendala yang penulis hadapi adalah dikarenakan tidak terdapat orang yang paham terkait Fb/Ig Ads membuat penulis merasa kesusahan ketika terjadi masalah teknis.

#### **D. Social Media TikTok**

Kendala yang dihadapi penulis adalah penulis tidak mengetahui aplikasi yang cocok untuk mengedit video tiktok dan juga penulis juga kesusahan dalam membuat konsep untuk membuat video tiktok.

#### **E. Event**

Kendala yang dihadapi penulis adalah ketika calon speaker bertanya mengenai hal yang penulis tidak ketahui.

#### **F. Customer Relationship Management (CRM)**

Kendala yang dihadapi penulis adalah keterbatasan informasi penulis yang menyebabkan penulis kesulitan untuk menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pelanggan.

### **3.3.3 Solusi atas Kendala yang ditemukan**

#### **A. *Social Media Instagram***

Untuk mengatasi kendala keterlambatan untuk mengisi copywriting dari team intern, Nuzulina Fitri sebagai admin social media transforme memberikan tugas copywriting dengan rentang deadline yang lumayan jauh, Penulis juga mencoba menghubungi intern yang belum mengisi copywritingnya agar segera untuk mengisi copywriting tersebut.

#### **B. *KoL & Paid Promote***

Untuk mengatasi kendala kesulitan dalam menentukan KoL & Paid Promote yang tepat, penulis mencoba untuk memperluas keyword pencarian yang membuat penulis mendapatkan beberapa KoL yang bisa masuk dengan apa yang TransforMe tawarkan.

#### **C. *FB/IG Ads***

Untuk mengatasi kendala terkait masalah teknis yang susah diselesaikan, penulis mencoba mencari informasi lebih dalam terkait cara untuk menyelesaikan masalah tersebut. dan juga untuk kendala dimana penulis kesusahan karena tidak adanya orang yang expert terkait FB/IG Ads, penulis mengikuti meeting yang dihadiri oleh Erlan (Teman dari Devfanny Artha) untuk memberikan ilmu terkait FB/IG Ads.

#### **D. *TikTok***

Untuk mengatasi kendala ini, penulis mencoba mencari aplikasi yang sesuai untuk mengedit video tiktok. Terkait kendala kesusahan untuk membuat konsep video TikTok, penulis mencoba mencari ide melalui trending tiktok dan juga penulis dibantu oleh Team Marketing untuk membuat konsep terkait video TikTok.

### ***E. Event***

Untuk mengatasi kendala ini, penulis langsung bertanya kepada Nuzulina Fitri untuk mendapatkan informasi yang jelas sehingga informasi yang penulis berikan kepada speaker adalah informasi yang benar.

### ***F. Customer Relationship Management (CRM)***

Cara penulis mengatasi kendala ini adalah dengan bertanya langsung ke dalam grup whatsapp CRM yang dimana akan dijawab oleh Devfanny Artha sehingga penulis bisa memberikan jawaban yang valid dan benar.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA