

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1 Kedudukan

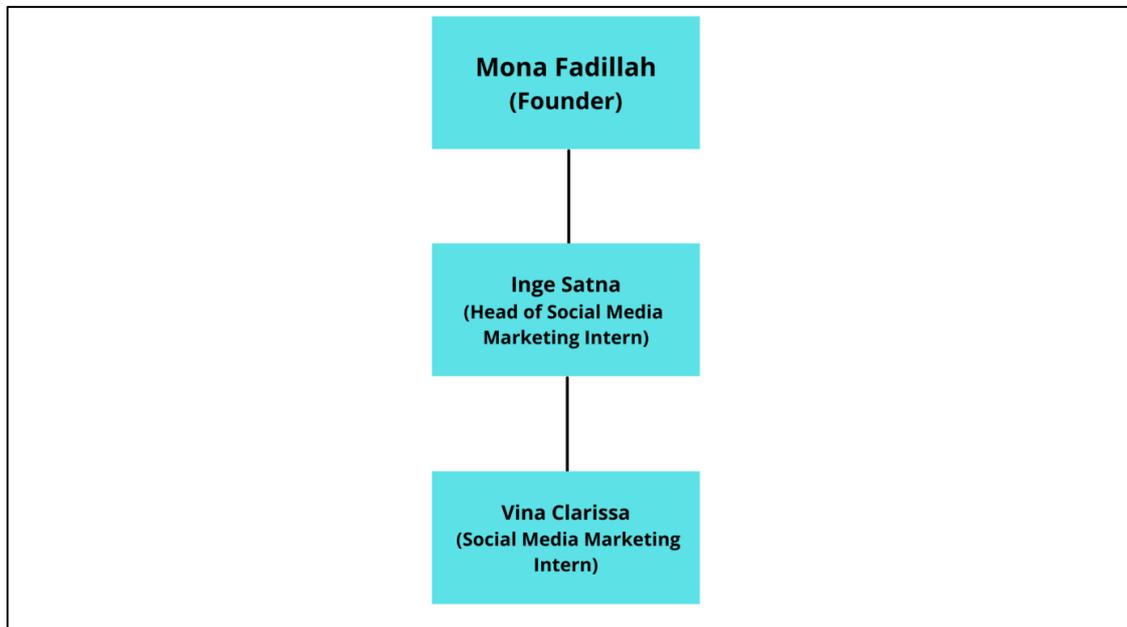
Penulis melaksanakan kerja magang di READERZEN yang berlokasi di Jl. Madrasah Kel No.65, Kota Jakarta Selatan. Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan di divisi *social media marketing*. Divisi tersebut dipimpin oleh Ibu Inge Satna selaku kepala divisi *social media marketing* dan tetap diawasi langsung oleh Ibu Mona Fadillah selaku *Founder* READERZEN. Selama pelaksanaan kerja magang, tugas diberikan oleh Ibu Mona Fadillah dan dibagi serta dikoordinasikan bersama anggota divisi *social media marketing* dengan arahan dari Ibu Inge Satna.

Ibu Mona Fadillah selaku *Founder* READERZEN membimbing penulis untuk memanfaatkan *social media* lebih mendalam, melibatkan penulis dalam membahas dan merencanakan ide untuk konten *social media*, mengarahkan penulis untuk terlibat dan berinteraksi langsung dengan klien READERZEN. Selama menjalankan program magang, penulis tidak hanya berkoordinasi dengan internal perusahaan, tetapi juga dengan pihak eksternal perusahaan, seperti klien atau rekan penulis yang pernah menerbitkan karyanya di READERZEN, untuk diundang dalam acara *talkshow* READERZEN. Hal ini bertujuan agar penulis terlibat dalam menyukseskan kegiatan *social media marketing* yang sedang dan akan dilakukan oleh READERZEN.

Ibu Mona Fadillah selaku pembimbing lapangan mengizinkan penulis berkoordinasi dengan divisi lain dengan tujuan dapat membangun komunikasi dan berbaur dengan seluruh tim lainnya. Maka dari itu, dalam pelaksanaannya, penulis berkoordinasi langsung dengan divisi *Graphic Design* untuk keperluan desain konten *social media*.

3.1.2 Koordinasi

Berikut terdapat gambaran mengenai struktur koordinasi di READERZEN :



**Gambar 3.1 Struktur Koordinasi Divisi *Social Media Marketing*
di READERZEN**

Sumber : Informasi Langsung dari *Founder*

Pada struktur tersebut, Ibu Mona Fadillah sebagai *Founder* READERZEN berperan sebagai penanggung jawab dan pengawas semua kegiatan di READERZEN dan Ibu Inge Satna merupakan *Head of Social Media Marketing Intern*. Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di divisi *Social Media Marketing*, penulis berkoordinasi dengan Ibu Inge Satna selaku kepala divisi *Social Media Marketing Intern* dan tetap diawasi serta dibimbing langsung oleh Ibu Mona Fadillah selaku *Founder* READERZEN.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis melaksanakan kerja magang di divisi *Social Media Marketing* READERZEN terhitung mulai tanggal 20 Mei 2021 – 20 Agustus 2021. Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis fokus terhadap pelaksanaan *social media*

marketing untuk meningkatkan *brand awareness* READERZEN sebagai tugas utama yang telah diberikan oleh perusahaan. Berikut beberapa pekerjaan yang dilakukan penulis selama praktik kerja magang:

Tabel 3.1 Jenis Pekerjaan Magang

No.	Jenis Pekerjaan	Koordinasi
A. Rebranding Social Media Instagram READERZEN		
1.	Melakukan <i>rebranding</i> di <i>social media</i> , seperti logo, <i>bio</i> Instagram, <i>template caption</i> , <i>tagline</i> READERZEN, penggunaan <i>hashtag</i> , dan warna <i>feeds</i> .	Ibu Mona Fadillah (Founder)
B. Social Media Instagram		
1.	Merancang dan membuat konsep konten <i>social media</i> (ide, judul, isi dan jadwal posting).	Ibu Mona Fadillah (Founder) dan tim <i>design graphic</i>
2.	Membuat <i>caption</i> di <i>social media</i> Instagram.	Ibu Mona Fadillah (Founder)
3.	Merancang dan membuat konten <i>instagram story</i> yang interaktif.	Ibu Mona Fadillah (Founder) dan tim <i>design graphic</i>
4.	Memposting konten <i>feeds</i> dan <i>story</i> Instagram sesuai jadwal yang telah ditentukan.	Ibu Mona Fadillah (Founder)
5.	Membalas pertanyaan followers READERZEN di Instagram.	Ibu Mona Fadillah (Founder)
C. Analitik Insight		
1.	Melakukan analisis <i>insight</i> di Instagram dan membuat laporannya per-Minggu.	Ibu Mona Fadillah (Founder)
D. Event Marketing		
1.	Membuat <i>Talkshow</i> READERZEN di Instagram.	Ibu Mona Fadillah (Founder)
2.	Membuat <i>Term of Reference (TOR)</i> untuk klien yang akan diundang untuk menjadi pembicara di <i>Talkshow</i> READERZEN di Instagram.	Ibu Mona Fadillah (Founder)

3.	Membuat <i>GiveAway</i> dalam rangka ulang tahun ke-1 READERZEN.	Ibu Mona Fadillah (<i>Founder</i>)
----	--	---

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama melakukan praktik kerja magang di READERZEN penulis melakukan tugas utama yang berkaitan dengan *digital marketing* yaitu *social media marketing* dengan fokus pada *social media* Instagram. Secara umum, penulis bertanggung jawab untuk mengelola *social media* Instagram READERZEN yang sebelumnya kurang aktif dan membuat *content marketing* untuk meningkatkan *brand awareness* READERZEN. Berikut, merupakan detail dari pekerjaan yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang di READERZEN.

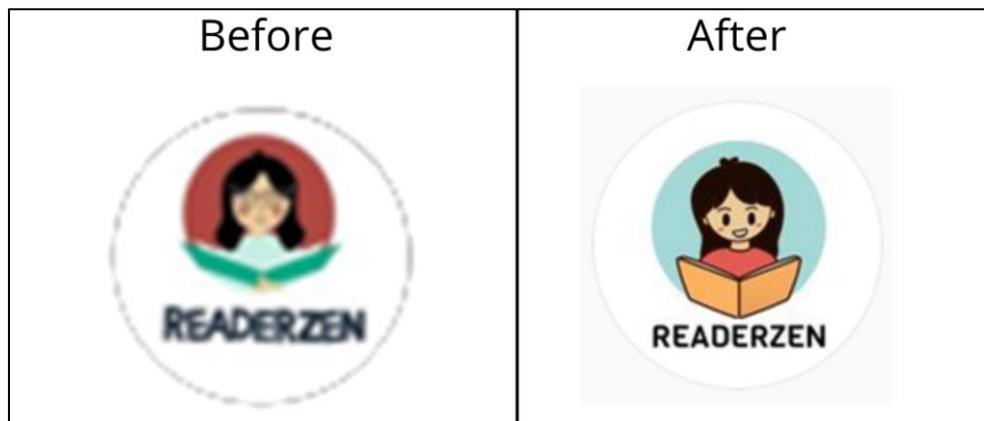
A. Rebranding Social Media Instagram READERZEN

1. Melakukan *rebranding* di *social media*

Pada saat kerja magang, penulis dipercaya untuk melakukan *rebranding social media* Instagram READERZEN. Saat melaksanakan kerja magang, penulis merupakan pemegang *batch 2*, yang berarti adanya pergantian tanggung jawab dari pemegang *batch 1* ke pemegang *batch 2*. Maka dari itu, *rebranding* yang dilakukan menandakan READERZEN siap dikelola lebih *inovatif*. Selain itu, *rebranding* tersebut juga bertujuan membangun identitas dan ekuitas merek yang kuat bagi READERZEN, agar dapat meningkatkan *brand awareness* READERZEN sebagai *Writer Agency*, serta agar lebih dikenal lagi oleh banyak orang.

Rebranding pada *social media* READERZEN, meliputi :

a. Perubahan logo



Gambar 3.2 Logo Sebelum dan Sesudah *Rebranding*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Perubahan logo merupakan salah satu bagian dari *rebranding* READERZEN yang bertujuan untuk menghadirkan READERZEN yang lebih *inovatif*. Logo baru READERZEN tersebut merupakan adaptasi dari logo lama yang dibuat lebih ikonik dan berkesan. Logo READERZEN yang baru menggunakan latar berwarna tosca, yang sudah disepakati bersama sebagai warna khas dari READERZEN, yang disesuaikan juga dengan warna *feeds* Instagram. Alasan penulis memilih warna tosca, karena warna tersebut memiliki arti emosional, stabilitas, ketenangan dan juga kesabaran, sehingga cocok dan menggambarkan READERZEN sebagai *agency* penulis terpercaya yang memberikan wadah bagi penulis untuk menuangkan kreativitasnya dengan emosional, stabilitas, ketenangan dan juga kesabaran untuk menghasilkan sebuah karya / tulisan yang bagus. Kemudian, warna coral pada baju di logo berarti sanggup membangkitkan semangat dan merupakan nuansa kehangatan, yang menunjukkan bahwa READERZEN akan membangkitkan semangat pelayanan yang ramah dan penuh kehangatan. Selanjutnya, warna *orange* muda pada buku di logo melambangkan antusiasme, ekspresi dan daya tarik, yang berarti READERZEN menerbitkan buku yang mampu menjadi daya tarik bagi pembaca, dimana didalamnya terdapat antusiasme hasil ekspresi dari penulis secara tersirat.

b. Perubahan *Bio* Instagram



Gambar 3.3 *Bio* Instagram Sebelum dan Sesudah *Rebranding*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Perubahan *Bio* Instagram READERZEN dilakukan karena menurut penulis kalimat yang lama kurang mendeskripsikan READERZEN, sehingga diubah dengan kalimat yang lebih mendeskripsikan READERZEN sebagai *Writer Agency* dan produk apa saja yang ditawarkannya, sehingga saat orang mengunjungi *profile* READERZEN di Instagram, mereka langsung mengetahui dengan jelas apa itu READERZEN. Selain itu, pada *bio* Instagram, ditambahkan juga *linktree* agar memudahkan orang mengunjungi situs web lainnya yang dimiliki READERZEN dan juga membantu orang yang berminat mendaftar atau penasaran dengan produk yang ditawarkan READERZEN.

c. *Caption*



Gambar 3.4 *Caption* Instagram Sebelum dan Sesudah *Rebranding*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Perubahan pada penulisan *caption* dilakukan karena menurut penulis, penulisan *caption* yang lama masih kurang beraturan dan konsisten, sehingga kurang menarik. Kemudian, penggunaan *hashtag* juga masih sangat kurang. Maka dari itu, penulis membuat *template caption*, agar kedepannya penulisan *caption* lebih beraturan, dimana pada bagian paling atas dibuat untuk judul konten dengan huruf *capital*, kemudian dibawahnya dilanjutkan dengan salam untuk pembaca, agar pembaca merasa disapa dan lebih dekat dengan READERZEN. Kemudian dilanjutkan dengan isi *caption* yang menjelaskan dan menarik pembaca agar tertarik membaca isi konten di atas, lalu memberikan *contact* READERZEN lainnya agar memudahkan pembaca jika ingin mencari informasi atau menghubungi READERZEN, dan terakhir ditutup dengan kata salam literasi dan *hashtag* #READERZENTanggapLiterasi sebagai *tagline* READERZEN yang baru, dan juga *hashtag* lainnya yang sesuai dengan isi konten. Tujuan penggunaan *hashtag* tersebut, agar READERZEN dapat menjangkau target market lebih luas lagi.

d. Warna Feeds



Gambar 3.5 Feeds Instagram Sebelum dan Sesudah Rebranding

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Perubahan warna *feeds* Instagram dilakukan karena warna *feeds* Instagram yang lama tidak konsisten dan transisi perubahan warnanya masih kasar. Maka dari itu, konten *feeds* Instagram yang berwarna biru tua diputuskan untuk di *take down*, dan konten *feeds* yang putih tetap ada dan dibuat transisi ke pilihan warna baru, yaitu tosca. Alasan penulis memilih warna tosca karena warna tersebut memiliki arti emosional, stabilitas, ketenangan dan juga kesabaran, sehingga cocok dan menggambarkan citra seorang penulis dalam dunia literasi yang harus memiliki emosional, stabilitas, ketenangan dan juga kesabaran untuk menghasilkan sebuah karya / tulisan yang bagus.

B. Social Media Instagram

1. Merancang dan membuat konsep konten *social media* Instagram

Penulis diberikan tanggung jawab untuk membuat perencanaan ulang terkait konsep konten *social media* Instagram READERZEN. Pada saat penulis melaksanakan praktik kerja magang, perusahaan menginginkan konten Instagram

dapat meningkatkan *awareness* perusahaan, dimana konten dapat membangun *relationship* dengan *followers*, meningkatkan *engagement*, dan juga meningkatkan *followers* di Instagram @readerzen. Maka dari itu, penulis dipercaya untuk membuat konsep konten Instagram READERZEN yang baru, yang dapat membangun kembali Instagram READERZEN yang kurang aktif sebelumnya.

Penggunaan *social media* Instagram untuk aktivitas pemasaran ini dikarenakan READERZEN masih tergolong baru, sehingga ingin menyasar target market lebih luas lagi dan meningkatkan *awarenessnya*. Instagram juga diketahui memiliki banyak pengguna dan rata-rata merupakan anak muda, sehingga cocok dengan target market dari READERZEN. Penulis merancang dan membuat konsep untuk konten *social media* Instagram READERZEN dimulai dari perencanaan ide konten, pembuatan isi dan judul konten, serta mengatur jadwal posting.

Penulis membuat konsep konten *social media* Instagram READERZEN berdasarkan 4 jenis konten, yaitu konten *educate*, *inspire*, *convince* dan *entertain*, namun dengan fokus utama pada konten bertema *educate*, seperti *tips and trick* menumbuhkan minat menulis, *skill* yang dibutuhkan seorang penulis, cara membangun *personal branding*, dan lainnya yang dapat mendorong audiens tertarik menjadi seorang penulis dan menggunakan layanan READERZEN dalam proses penulisan hingga sampai tahap penerbitan hasil karyanya. Konten dengan tema *inspire* yang dibuat penulis seperti konten *writer of the weeks*, yang menyajikan profil penulis terkenal serta karyanya agar dapat memotivasi dan menginspirasi audiens. Kemudian untuk konten *convince*, penulis membuat konten terkait produk-produk yang ditawarkan READERZEN untuk meyakinkan audiens menggunakan layanan READERZEN dalam tahap penulisan hingga tahap penerbitan, dan untuk konten dengan tema *entertain*, penulis membuat *games* seperti kuis, bingo, dan lainnya yang dapat menghibur dan membangun interaksi dengan audiens melalui *story* instagram.

Jadwal publikasi konten *feeds* di Instagram dibuat 2 kali seminggu dan konten *story* 1 kali seminggu. Sebelum adanya *insight* di Instagram, maka penentuan waktu publikasi untuk sementara waktu berdasarkan riset yang dilakukan penulis, yaitu pada hari Selasa dan Sabtu jam 12.00 WIB. Setelah

materi konsep konten lengkap dan siap untuk dipublikasikan, penulis mengkoordinasikan terlebih dahulu ke Ibu Mona Fadillah untuk meminta persetujuan dan *feedback*. *Feedback* yang diberikan biasanya mengenai kalimat / *paraphrase* yang diajukan penulis terlalu panjang, sehingga disarankan untuk lebih dipersingkat. Kemudian setelah penulis memperbaikinya dan disetujui oleh Ibu Mona Fadillah, penulis mengirimkan konsep konten tersebut ke divisi *graphic design* untuk pembuatan visualisasi dari konten tersebut.

Berikut contoh salah satu konsep konten social media Instagram yang dibuat penulis :

FEEDS			
Jenis Segmen	Judul Postingan	Isi Desain	Tanggal Unggah
Personal Branding dan Manfaatnya	Personal Branding dan Manfaatnya Bagi Penulis	<p>Personal branding adalah proses menciptakan sebuah kesan, citra atau persepsi seorang individu di mata orang lain. Personal Branding bisa dibangun dengan konsistensitas. Misalnya jika seseorang suka menulis dan ia sering (kosisten) memposting hasil karyanya di media sosial, maka ia akan dikenal dengan hobi menulisnya. Nah, ngomong-ngomong tentang menulis, penting loh membangun personal branding bagi penulis. Berikut beberapa manfaat personal branding bagi penulis :</p> <p>1. Dikenal dengan Ciri Khas Tertentu Misalnya seorang penulis yang sering menulis dengan diselengi humor, maka akan membentuk kesan di benak pembaca bahwa penulis adalah seorang yang humoris, sehingga jika pembaca membutuhkan hasil karya (bacaan) yang menghibur, ia akan mencari hasil karya penulis tersebut.</p> <p>2. Memperluas Link atau Jaringan bagi Penulis Seorang penulis yang memiliki ciri khas tertentu dan sering memposting hasil karyanya di media sosial, berpotensi menemukan orang dengan hobby yang sama dengan ciri khas berbeda. Dengan begitu, penulis bisa memperluas jaringan dan belajar satu sama lain. Selain itu, hasil karya penulis yang memiliki ciri khas dan tersebar di media sosial berpotensi dilihat penulis professional atau berbagai media dan perusahaan, sehingga memiliki peluang besar untuk saling bertukar pengalaman dan cerita dengan penulis professional, agar mendapatkan insight untuk mengembangkan skill dalam menulis.</p> <p>3. Memperbesar Peluang Kerja Sama dengan Brand atau Agency Dengan membangun personal branding, penulis memiliki peluang besar untuk bekerjasama dengan brand atau agency. Misalnya penulis yang memiliki ciri khas dengan hasil karya bertema parenting dan sering mempostingnya di media online, akan memiliki peluang besar untuk diajak kerjasama dengan brand / agency yang menjual produk anak-anak, untuk me-review produk dengan pengetahuan dan kemampuannya dalam bidang parenting.</p> <p>4. Mendapatkan Keuntungan Finansial dari Proyek Menulis Jika penulis menjalankan kerjasama dengan brand / agency dan berhasil menyelesaikan proyek menulis tersebut hingga membuat brand / agency merasa puas, maka sudah pasti penulis akan mendapatkan keuntungan finansial.</p> <p>5. Semakin Meningkatkan Kepercayaan Diri Penulis Adanya ciri khas atau personal branding dari seorang penulis, tentu akan membuat penulis semakin percaya diri. Dengan personal branding, penulis percaya akan kemampuan, keahlian dan pengetahuan yang ditampilkan dihadapan orang lain, sehingga jika ada penawaran kerjasama sebuah proyek menulis, penulis tidak akan ragu untuk menerimanya, karena ia tau bahwa ia berkualitas dan memiliki ciri khas sehingga ia pun akan berusaha memberikan yang terbaik untuk perusahaan yang mengajaknya bekerjasama.</p>	7 Agustus

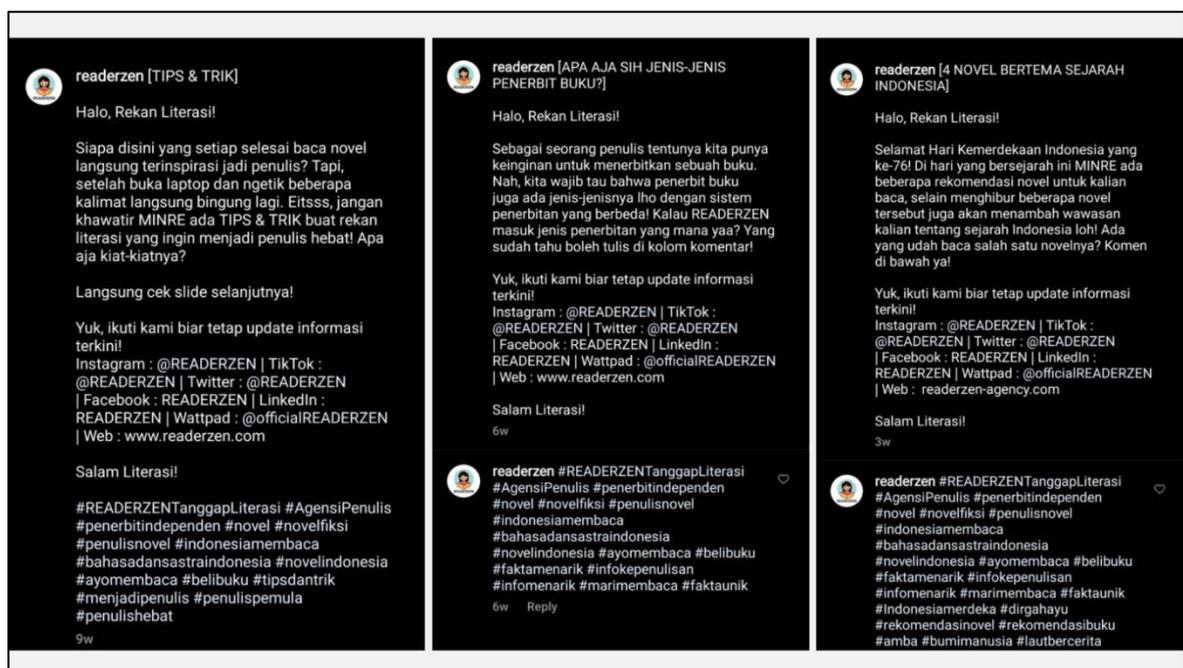
Gambar 3.6 Konsep Konten Feeds Social Media Instagram READERZEN

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

2. Membuat *caption* di social media Instagram

Penulis rutin membuat *caption* pada setiap konten Instagram @readerzen, yang berupa *caption* interaktif dan menarik, agar audiens tertarik untuk membaca isi konten dan pesan tersampaikan dengan baik. Kriteria *caption* yang perlu diperhatikan dan menjadi fokus perusahaan adalah boleh menggunakan bahasa kekinian, tetapi harus sopan. Selain itu, penulis juga menerapkan *template caption* yang telah dibuat saat *rebranding* pada setiap *caption* konten, sehingga *caption*

konsisten mulai dari cara penulisan judul, salam, dan juga penggunaan *hashtag* serta *tagline*. Penggunaan *hashtag* pada *caption* juga tidak boleh terlalu banyak, sehingga penulis harus memilih *hashtag* yang benar-benar sesuai dan efektif dengan isi konten. Setelah *caption* jadi, penulis mengkoordinasikan dengan Ibu Inge Satna untuk diberi masukan, kemudian jika ada masukan, penulis memperbaikinya dan meminta persetujuan ke Ibu Mona Fadillah. Jika Ibu Mona Fadillah menyetujui, maka penulis siap mempublikasikan *caption* bersama dengan konten yang telah di design oleh divisi *graphic design*. Berikut merupakan foto contoh *caption* di Instagram @readerzen



Gambar 3.7 Caption Konten Instagram

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

3. Merancang dan membuat konten Instagram *story* yang interaktif

Selain membuat konsep konten untuk *feeds* Instagram @readerzen, penulis juga diberikan tanggung jawab untuk membuat konsep konten untuk *story* yang akan dipublikasikan 1 Minggu sekali. Penulis membuat konten *story* berupa *games* agar lebih menarik dan interaktif. *Games* yang dibuat penulis bermacam-macam, seperti *polling*, *bingo*, dll, yang berbeda setiap Minggunya sehingga tidak membosankan. Dalam setiap *template story* tersebut, penulis juga mencantumkan

“tag 3 teman kamu untuk ikutan” yang bertujuan lebih banyak lagi orang yang mengikuti *games* tersebut, sehingga lebih mengenal dan *aware* terhadap READERZEN.

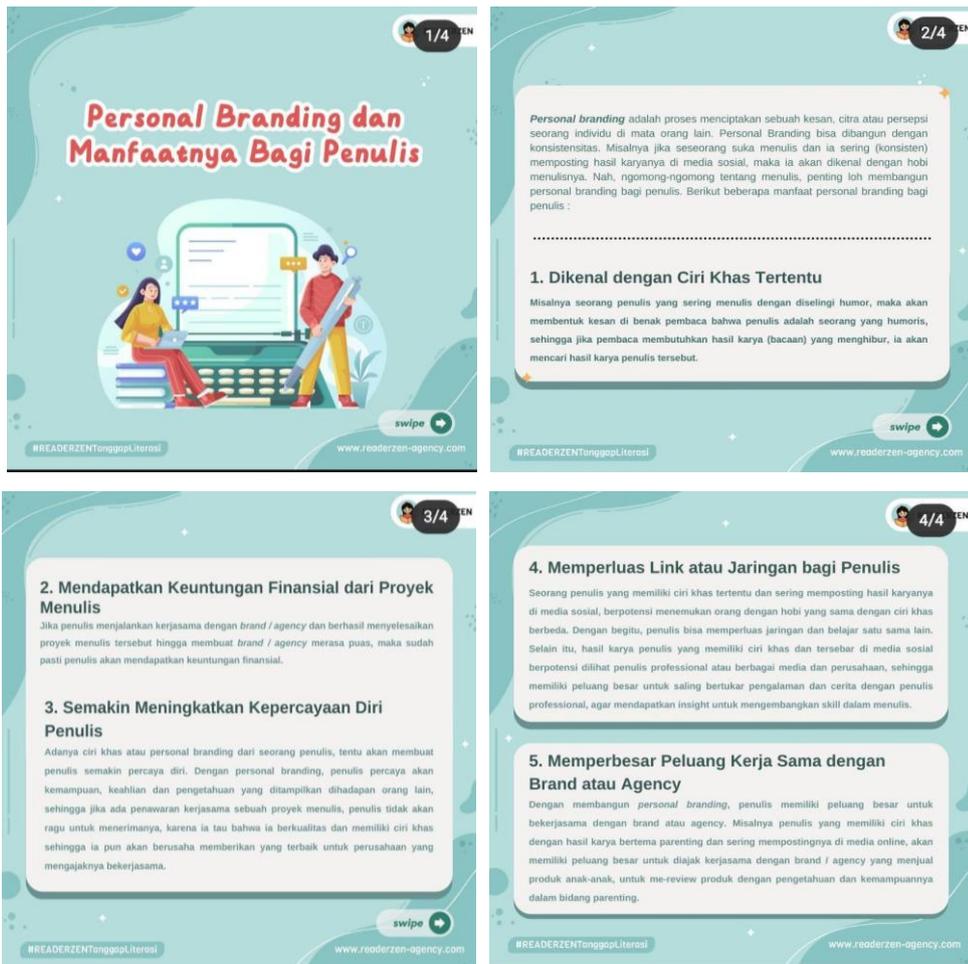
INSTASTORY			
Jenis Segmen	Judul Postingan	Isi Desain	Tanggal Unggah
polling	#MabaREADERZEN Pilih kata yang benar!	Antri / antri Astronout / Astronot Atlit / Atlet Genius / Jenius Ikhlas / Iktas	Rutin 1 Minggu 1 Kali
Bingo	#MabaREADERZEN Lingkarkan Genre Buku Favorit Kamu!	Novel Komik Hukum Sastra Sejarah Ilmu pengetahuan Kesehatan Ekonomi Politik Keagamaan Bisnis Food and beverages Psikologi Cerita anak-anak Seni dan keterampilan Biografi (Nb : Dibuat seperti bingo 4x4)	
My Collection	#MabaREADERZEN My Book Collection	Judul Buku Favorit : _____ Judul Buku yang sudah dibaca berulang kali : _____ Judul buku yang lagi dibaca sekarang : _____ Judul buku yang pengen banget dibaca tapi belum terwujud : _____ Judul buku yang kamu sangat rekomendasikan : _____ Tag 3 teman kamu untuk ikutan : _____ _____ _____ (NB : Dibuat seperti template)	

Gambar 3.8 Konsep Konten Story Instagram

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

4. Memposting konten *feeds* dan *story* Instagram sesuai jadwal yang telah ditentukan.

Setelah konsep konten Instagram yang dibuat penulis telah divisualisasikan oleh tim *design graphic*, penulis mempublikasikan konten *feeds* di Instagram @readerzen 2 kali seminggu, yaitu pada hari Selasa dan Sabtu , pukul 12.00 WIB. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan penulis, hari yang dinilai baik untuk mengunggah sesuatu di Instagram yaitu pada hari Selasa dan Sabtu pada jam makan siang. Pada saat makan siang, banyak orang yang menikmati makan siangnya sambil mengecek *social media* mereka, terutama Instagram untuk mengetahui kabar terbaru atau sekedar rehat dan *refreshing*. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk mempublikasikan konten *feeds* di Instagram @readerzen pada hari Selasa dan Sabtu, pukul 12.00 WIB. Sedangkan untuk konten *story*, dipublikasikan 1 Minggu sekali, yaitu pada hari Selasa pukul 12.00 WIB. Berikut beberapa konten yang diposting berdasarkan tema.



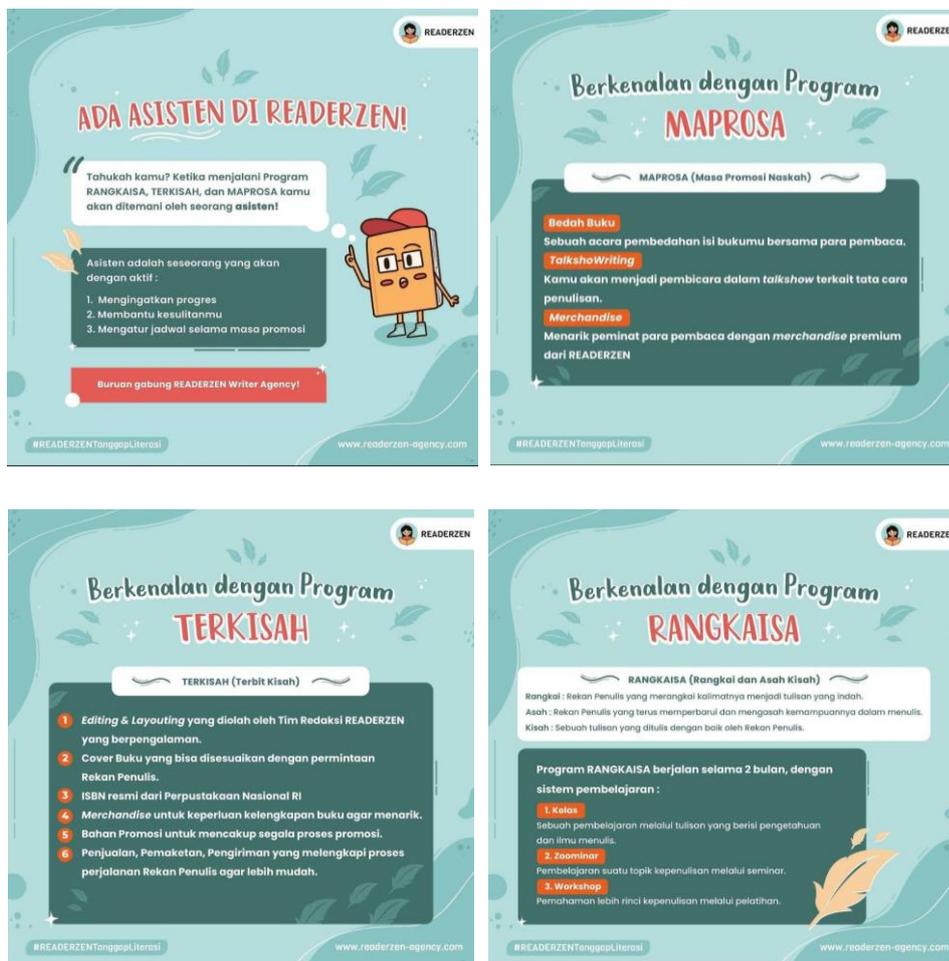
Gambar 3.9 Konten Instagram Bertema *Educate*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021



Gambar 3. 10 Konten Instagram Bertema *Entertain*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021



Gambar 3.11 Konten Instagram Bertema *Convince*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021



Gambar 3.12 Konten Instagram Bertema *Inspire*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

5. Membalas pesan / pertanyaan *followers* READERZEN di Instagram

Selama melakukan praktik kerja magang, penulis *menghandle* Instagram @readerzen, termasuk bertanggung jawab untuk membalas *direct message* yang masuk di Instagram READERZEN. Dalam tanggung jawab tersebut, penulis dituntut untuk *fast response* dan ramah dalam membalas pesan *followers*, agar tidak membuat *followers* menunggu lama dan kecewa.



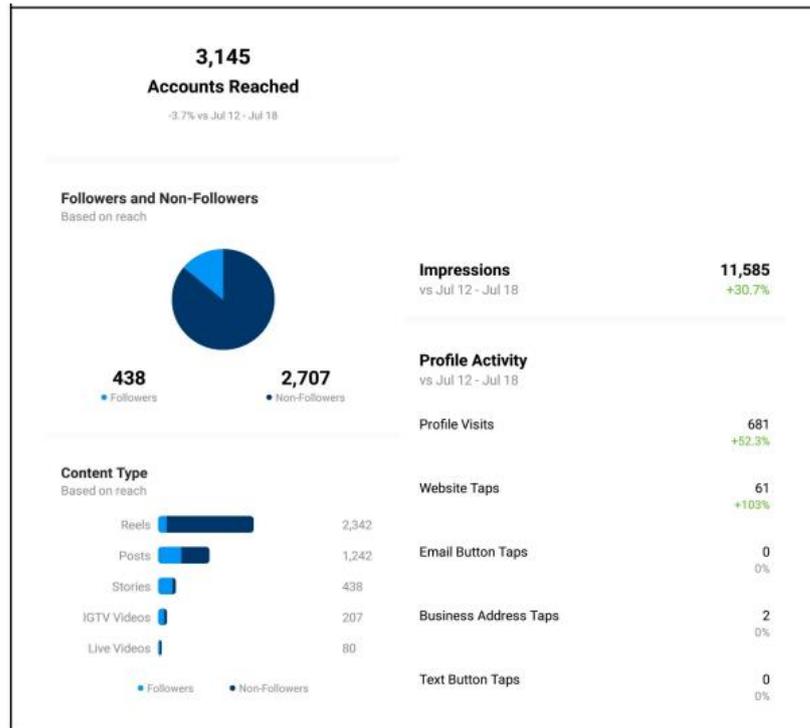
Gambar 3.13 *Direct Message Instagram* **READERZEN**

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

C. Analitik *Insight*

1. Melakukan analisis *insight* di Instagram dan membuat laporannya setiap Minggu

Selama melakukan praktik kerja magang di **READERZEN**, penulis juga mendapatkan tugas untuk melakukan analitik hasil konten Instagram @readerzen per minggu, untuk mengetahui, menilai, dan mengupdate mengenai performa konten dan profil Instagram **READERZEN** secara keseluruhan. Hasil analitik *insight* dengan menggunakan *tools* Instagram *analytic* juga memiliki beberapa manfaat seperti mengetahui target audiens dan mengevaluasi strategi pemasaran, sehingga dapat membuat strategi yang lebih baik kedepannya, seperti hari dan jam mempublikasikan konten. Berikut merupakan contoh hasil analitik *insight* di Instagram.



Gambar 3.14 Laporan Hasil *Insight* Konten (*Overview*)

Instagram READERZEN

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021



Gambar 3.15 Laporan Hasil Insight Konten (*Most Active Time*)

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

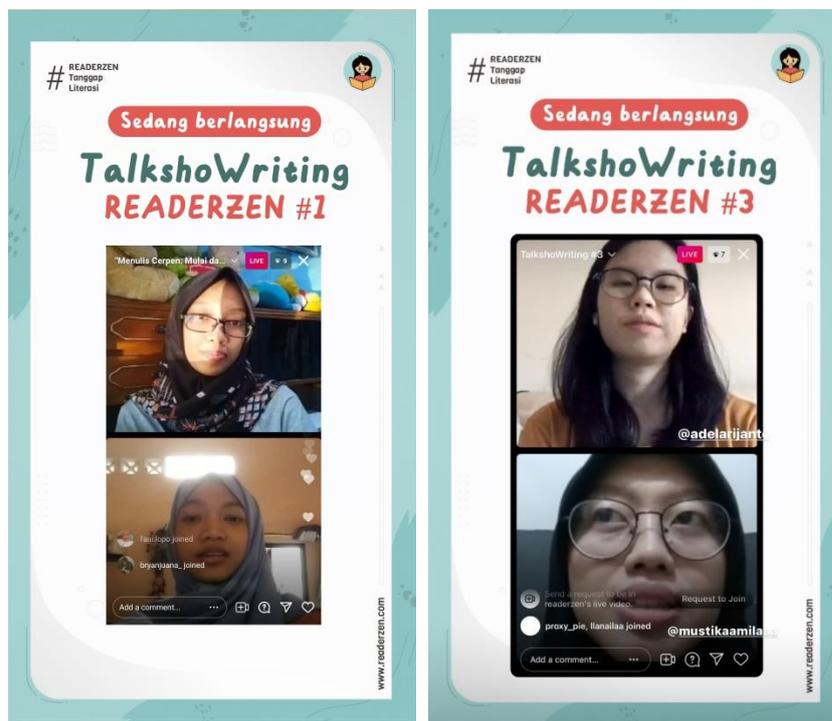
Berdasarkan gambar 3.12, *trend* aktif pada Instagram READERZEN setiap harinya tidak terlalu berbeda jauh, sehingga konten efektif dipublikasikan pada hari apa saja, namun *trend* aktif tertinggi yaitu hari Jumat, Sabtu dan Minggu. Sedangkan untuk jam yang baik untuk *post* masih berkisar di jam 15.00 sampai 18.00 WIB. Setelah berdiskusi dengan Ibu Mona Fadillah, akhirnya penulis memutuskan untuk melakukan jadwal publikasi feeds tetap pada setiap hari Selasa dan Sabtu, namun pada pukul 15.00 WIB kedepannya, dan untuk publikasi story tetap pada hari Selasa pukul 12.00 WIB.

D. Event Marketing

1. Membuat *Talkshow* READERZEN di Instagram

Saat melakukan praktik kerja magang, penulis bersama seluruh tim *social media marketing* menghadirkan program baru yaitu *Talkshow* melalui *live* Instagram READERZEN. *Talkshow* tersebut dilakukan 2 Minggu sekali, dengan mengundang narasumber yang merupakan klien dari READERZEN. *Talkshow*

tersebut akan memberikan gambaran umum mengenai materi, memberikan tips dan solusi untuk menangani masalah yang ada dan memberikan pengarahan lebih lanjut mengenai kepenulisan. Tujuan dari program tersebut untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap READERZEN, menumbuhkan pengetahuan mengenai dunia literasi, dan sebagai gagasan #READERZENTanggapLiterasi, agar literasi di Indonesia semakin meningkat dan berkualitas. Program tersebut diadakan 2 Minggu sekali, pada hari Minggu, pukul 16.00 – 17.00 WIB, di *live* Instagram @readerzen. Berikut merupakan dokumentasi *Talkshow*.



Gambar 3.16 *Talkshow* di *Live* Instagram READERZEN

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

6. Membuat *Term of Reference (TOR)* untuk klien yang akan diundang untuk menjadi pembicara di *Talkshow* READERZEN di Instagram

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis juga terlibat dalam membuat *Term of Reference (TOR)* untuk klien yang akan diundang menjadi pembicara dalam acara *Talkshow* di *live* Instagram @readerzen, dimana *TOR* tersebut akan dikirimkan bersamaan dengan undangan melalui email ke klien READERZEN tersebut. Isi *TOR* tersebut yaitu gambaran umum, bentuk acara, peserta, materi, tujuan dan waktu pelaksanaan, kerangka acara, dan juga fee yang akan diberikan. Berikut *TOR* yang dibuat penulis.

002/TOR/Klien/VII/2021

Term of Reference
TalkshowWriting READERZEN #1
"Menulis Cerpen : Mulai dari Amatir, sampai jadi Mahir"

Pembicara : Hatarakimono Ap

1. Gambaran Umum
Dalam rangka peningkatan literasi di Indonesia, READERZEN selalu memiliki harapan terhadap literasi yang berkualitas dan membaik. Banyaknya para penulis yang kesulitan menuangkan idenya ke dalam tulisan menjadi salah satu penyebab penurunan literasi. Maka dari itu, READERZEN ingin memberikan pengetahuan dan ilmu baru bagi para rekan penulisnya.

2. Bentuk Acara
Bentuk acara dalam materi ini adalah talkshow, yang mana pembicara dipersilahkan untuk membahas mengenai materi dan dijabatani oleh seorang moderator.

3. Peserta
Peserta dari kegiatan ini terdiri dari seluruh pengikut sosial media READERZEN, penggiat literasi, dan masyarakat umum.

4. Target Arahan dan Materi

- Memberikan gambaran umum mengenai materi.
- Memberikan tips dan solusi untuk menangani masalah yang ada.
- Memberikan pengarahannya lebih lanjut mengenai kepenulisan.

5. Tujuan
Tujuan dari kegiatan ini adalah dalam rangka meningkatkan atensi masyarakat kepada READERZEN di sosial media, menumbuhkan pengetahuan mengenai kesastraan, dan sebagai gagasan

002/TOR/Klien/VII/2021

#READERZENTanggapLiterasi. Guna agar literasi di Indonesia semakin meningkat dan berkualitas.

6. Waktu dan Tempat
Hari, Tanggal : Minggu, 11 Juli 2021
Jam : 16.00 - 17.00 WIB
Tempat : Live Instagram @READERZEN

7. Kerangka Acara

Waktu	Durasi	Agenda
16.00 - 16.10	10'	Pembukaan dan perkenalan pembicara
16.10 - 16.40	30'	Sesi Pemantikan
16.40 - 16.55	15'	Sesi Tanya Jawab
16.55 - 17.00	5'	Penutup

8. Fee Pembicara
Adapun untuk fee pembicara dalam acara ini adalah berjumlah Rp150.000,- yang akan ditransfer maksimal 7 hari setelah acara berakhir.

9. Penutup
Term of Reference ini disusun sebagai kerangka acuan dalam kegiatan talkshow.

Gambar 3.17 *Term of References (TOR)* Klien

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

7. Membuat *GiveAway* dalam rangka ulang tahun ke-1 READERZEN

Pada tanggal 28 Juni 2021, READERZEN tepat berumur 1 tahun. Dalam rangka merayakan semarak READERZEN ke-1, penulis mengadakan *giveaway* dengan mengadakan lomba membuat sajak pada *story* Instagram. Tema yang diberikan ada 2, yaitu Senja dan Ulang Tahun. Periode *giveaway* berlangsung dari 21-25 Juni 2021. Pemenang akan dipilih berdasarkan hasil yang paling kreatif oleh Ibu Mona Fadillah, dan akan diumumkan pada 28 Juni 2021, tepat pada hari ulang tahun READERZEN yang pertama. Akan ada 2 pemenang dalam *giveaway* tersebut, dan masing-masing akan diberikan uang tunai serta *merchandise* dari READERZEN. Tujuan penulis mengadakan *giveaway* tersebut sebagai salah satu strategi *marketing* agar *brand* diperbicarakan dari mulut ke mulut dan dapat meningkatkan *awareness* serta kredibilitas READERZEN. Berikut konten *giveaway* pada Instagram @readerzen.



Gambar 3.18 Konten *Giveaway*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

3.4 Kendala yang Ditemukan

A. *Rebranding Social Media Instagram READERZEN*

Kendala yang dialami penulis dalam melakukan *rebranding social media* Instagram @readerzen yakni dalam pemilihan warna untuk logo dan *feeds* agar memiliki makna dan menjadi ciri khas dari READERZEN. Penulis juga mengalami kendala dalam pemilihan *hashtag*, karena *hashtag* tidak boleh terlalu banyak sehingga penulis harus memilih dan menentukan *hashtag* yang efektif. Selain itu, penulis juga kesulitan dalam menentukan *tagline* READERZEN agar *tagline* dapat mengembangkan READERZEN dan terkesan dalam benak konsumen.

B. *Social Media Instagram*

Penulis mengalami kendala dalam membuat konsep konten *social media* Instagram @readerzen, karena konten *feeds* Instagram akan dipublikasikan setiap 2 kali seminggu dan konten *story* Instagram akan dipublikasikan setiap 1 Minggu sekali, sehingga penulis kadang kebingungan dalam mencari ide konten, karena konten harus dibuat beragam agar tidak membosankan. Selain itu, penulis juga terbatas dalam pengetahuan tentang dunia literasi / kepenulisan, sehingga terbatas dalam memberikan informasi dan topik mengenai literasi. Penulis juga mengalami kendala dalam membalas pertanyaan *followers* di *direct message* Instagram @readerzen, karena pertanyaan *followers* yang beragam dan berulang-ulang.

C. *Event Marketing*

Kendala yang dialami penulis dalam membuat rangkaian *talkshow* yang berupa *live* di Instagram @readerzen yaitu kesulitan dalam menghubungi klien READERZEN untuk diundang menjadi pembicara dalam acara *talkshow* tersebut.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

A. *Rebranding Social Media Instagram*

Untuk mengatasi kendala penulis dalam melakukan *rebranding social media* Instagram @readerzen, khususnya dalam pemilihan warna untuk logo dan

feeds, penulis melakukan riset mengenai arti warna dan melakukan diskusi dengan Ibu Mona Fadillah selaku *Founder* READERZEN untuk pemilihan warna yang tepat, agar warna tersebut dapat menjadi ciri khas dari READERZEN. Selain itu, untuk mengatasi kendala dalam pemilihan *hashtag* dan penentuan *tagline*, penulis berdiskusi dengan rekan di divisi *social media marketing intern* untuk memilih *hashtag* mana yang sekiranya efektif digunakan dan *tagline* apa yang dapat membuat READERZEN terkesan di benak konsumen dan selalu diingat konsumen.

B. Social Media Instagram

Dalam mengatasi kendala dalam pemilihan ide dan topik konten, penulis banyak membaca mengenai literasi, misalnya seperti apa saja yang dibutuhkan seorang penulis dalam dunia literasi, kemudian penulis mendalami dan membuat konten tersebut. Misalnya hasil riset menunjukkan bahwa seorang penulis butuh *personal branding* yang kuat, maka penulis akan membuat konten yang berisi *tips and trick* dalam membangun *personal branding* bagi seorang penulis. Terkait kendala penulis dalam membalas *direct message followers* di Instagram, penulis lebih sabar dan tetap ramah agar tidak menimbulkan citra yang buruk bagi READERZEN. Jika ada pertanyaan *followers* yang membingungkan dan mungkin penulis tidak bisa menjawabnya, maka penulis akan menanyakan hal tersebut ke Ibu Mona Fadillah, dan kemudian baru membalas pesan tersebut.

C. Event Marketing

Untuk mengatasi kendala dalam menghubungi klien yang akan diundang untuk menjadi pembicara *Talkshow*, penulis biasanya mencoba menghubungi klien lain dan mengatur ulang jadwal untuk bertukar waktu. Misalnya klien yang ingin diundang pada Minggu ke-2 tidak ada kabar atau sulit dihubungi, maka penulis mencoba menghubungi klien yang ingin diundang pada Minggu ke-4.