Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pada kerja magang di PT Frame A Trip, peserta magang ditempatkan pada bagian *social media activity engagement* dan pada bagian *internship*. Bagian *social media activity ini* dipimpin oleh Nani selaku *Operation Leads* di perusahaan PT Frame A Trip dan di dalam hal kerja magang ini peserta magang berkoordinasi dengan Nani dan juga Umi untuk semua pekerjaan yang diberikan.

Peserta magang melakukan koordinasi, memahami dan melakukan pekerjaan untuk membantu bagian *media sosial activity*. Tugas-tugas yang dilakukan oleh peserta magang yakni mencari referensi dan konsep untuk *content reels*, membantu mengumpulkan *database* mengenai potensi *client*, mencari konsep mengenai *newsletter* email, dan membuat *caption* dalam postingan media sosial. Peserta magang juga belajar secara langsung mengenai teknik-teknik fotografi dalam *commercial* dan mendapatkan ilmu yang banyak sehingga mendapatkan *database potential client*.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

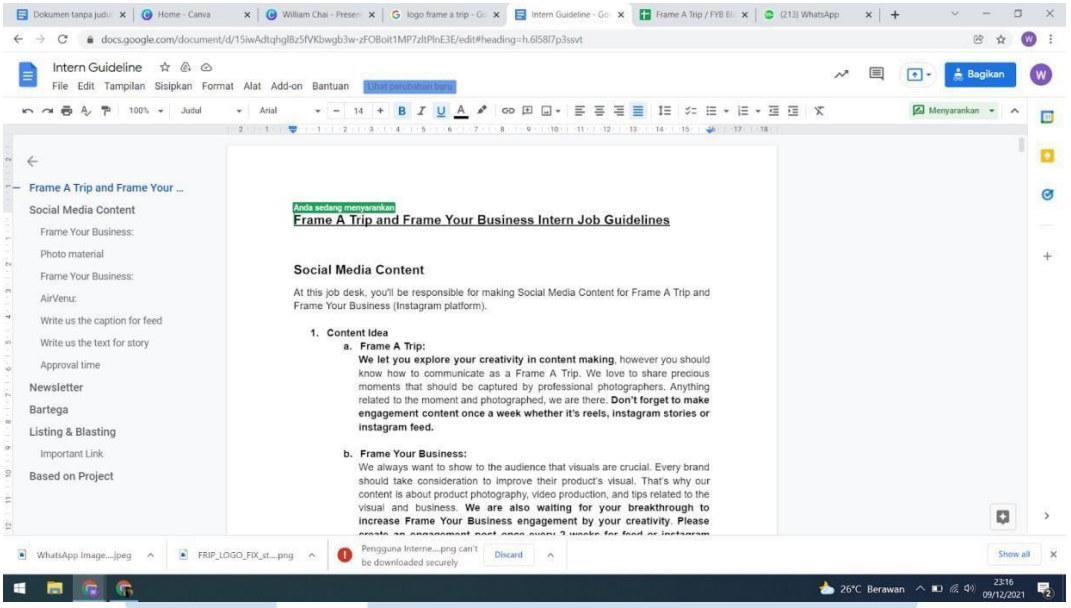
Selama praktik kerja magang di PT Frame A Trip yang dimulai dari tanggal 26 Agustus 2021 hingga 26 November 2021 pada posisi *social media activity engagement*. Peserta Magang membantu mencari referensi mengenai konsep yang akan dibuat untuk *reels* media sosial dan turun langsung dalam pengeditan, serta peserta magang mencari potensial *client* yang dikumpulkan untuk *database* perusahaan. Selama peserta magang melakukan praktik magang minimal 3 bulan, peserta magang diberikan tugas sebagai berikut:

1. Mencari *potensial client* untuk memenuhi *database* dengan *listing* dan *blasting*
2. Membuat *caption* mengenai postingan mingguan Instagram
3. Membuat *daily report*
4. Membuat konsep *reels* dan *editing*
5. Membuat konsep atau wordingan mengenai *newsletter*
6. Memonitoring pembuatan mingguan *newsletter*
7. Mengikuti rapat mingguan pada hari selasa
8. Mengikuti rapat khusus team *content*
9. Mencari tempat ataupun *photographer* untuk kebutuhan perusahaan

Table 3.1 *Timeline* Tugas Yang Dilakukan Peserta Magang

NO	Jenis Pekerjaan	Agustus				September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	*Listing* dan *Blasting*				v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
2	*Newsletter*						v					v			v	v	v
3	*Content Reels*				v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
4	*Wordingan Caption*						v			v	v	v	v	v	v	v	v
5	*Weekly* Rapat				v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
6	Mencari Photographer dan Model							v				v		v			

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



(Sumber : Dokumen Pribadi)

Gambar 3.1 *Guidline Intern*

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Social Media Marketing

Social media marketing adalah sebuah bentuk pemasaran yang digunakan dalam menciptakan kesadaran, pengakuan, ingatan serta menimbulkan tindakan terhadap merek, produk, dan jasa tersebut (Santoso, 2017). Dengan adanya sebuah *sosial media marketing* membuat sebuah perusahaan maupun bisnis seseorang menjadi mudah dalam berinteraksi dengan pelanggannya secara *online*.

Indikator sebuah *social media marketing* terdiri dari 4 (Kim dan Ko, 2012) sebagai berikut :

1. Hiburan

Hiburan dalam media sosial adalah hasil dari permainan yang muncul dari pengalaman media sosial. Masyarakat menganggap bahwa pengguna media sosial mencari hiburan dengan yang sedang terhibur, dan juga kegembiraan.

2. *Interaction*

Melalui media sosial perusahaan dapat berinteraksi dengan pengguna maupun pelanggannya, melalui informasi yang diberikan setiap harinya dengan postingan-postingan dari perusahaan ataupun kolom komentar.

3. *Trendiness*

Konsumen disini beralih kepada media sosial untuk mendapatkan sebuah informasi bahkan pertukaran informasi, karena masyarakat sekarang lebih mempercayai sebuah informasi dari perusahaan bahkan sesuatu yang dipromosi memiliki nilai kepercayaan yang tinggi.

4. *Customization*

Customization yang dimaksud ini yaitu pesan yang disampaikan hanya ditargetkan kepada orang-orang tertentu atau pengunjung yang jumlahnya kecil tetapi sampai kepada tujuan. Sedangkan, sebuah media yang digunakan juga tepat digunakan dalam perusahaan.

5. *Word Of Mouth*

Media sosial disini memberikan sarana dalam berinteraksi antara konsumen dan perusahaan bahkan ke konsumen lainnya melalui media sosial. Media sosial merupakan sebuah teknik yang ideal digunakan dalam WOM karena konsumen dapat mendapatkan informasi dan menyebarkannya kepada pengguna lainnya.

Analisis konsep *social media marketing* dengan penggunaan media sosial Frame A Trip:

a. Hiburan

Indikator pertama yaitu hiburan, Frame A Trip memanfaatkan fitur-fitur yang ditawarkan media sosial Instagram yaitu menggunakan fitur terbaru. Dengan membuat konten yang menarik melalui *reels* dengan konsep yang semenarik mungkin.

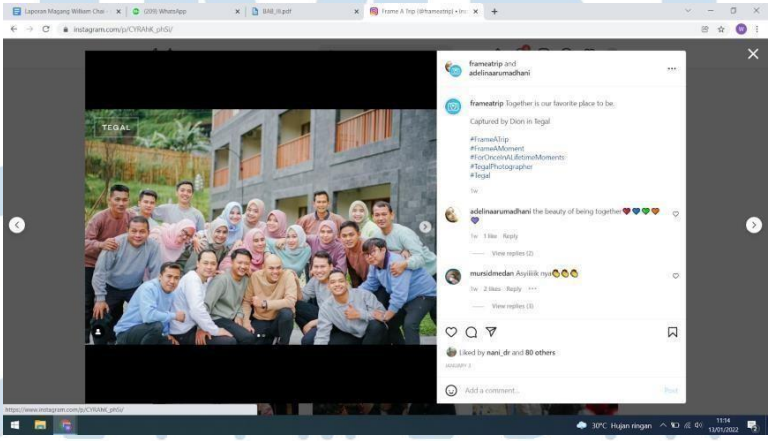
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Sumber: Instagram/frameatrip.com

Gambar 3.2 *Reels* Frame A Trip

b. Interaction

Interaksi yang digunakan dalam perusahaan Frame A Trip yaitu dengan menggunakan fitur kolom komentar dalam postingan bahkan fitur polling yang dapat memberikan interaksi.

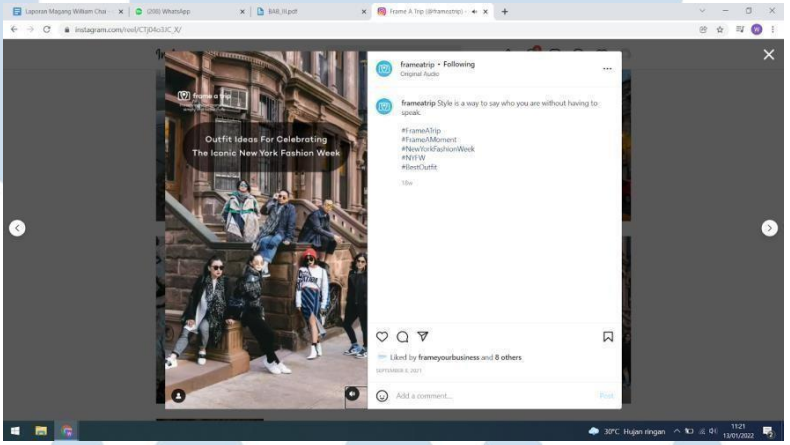


Sumber: Instagram/frameatrip.com

Gambar 3.3 Postingan Frame A Trip

c. Trendiness

Frame A Trip sangat mengikuti perkembangan jaman media sosial Instagram. Dengan menggunakan fitur terbaru reels yang menggunakan musik yang sedang *trending*. Bahkan, dalam Frame A Trip membuat konten sesuai dengan topik yang sedang naik pada hari itu seperti contohnya postingan mengenai New York *Fashion Week.*



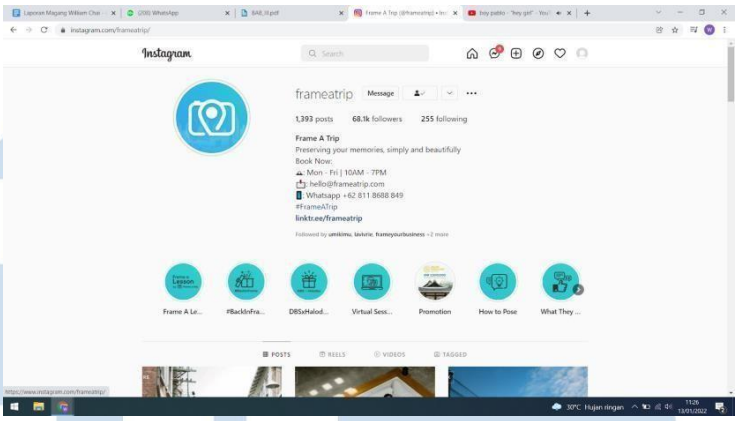
Sumber: Instagram/frameatrip.com

Gambar 3.4 Postingan Frame A Trip

d. Customization

Frame A Trip fokus terhadap konsumen yang menyukai dunia fotografi. Dengan itu, Frame A Trip menggunakan media sosial Instagram dengan kriteria media sosial tersebut fokus terhadap postingan foto maupun video.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



(Sumber: Instagram/frameatrip.com)

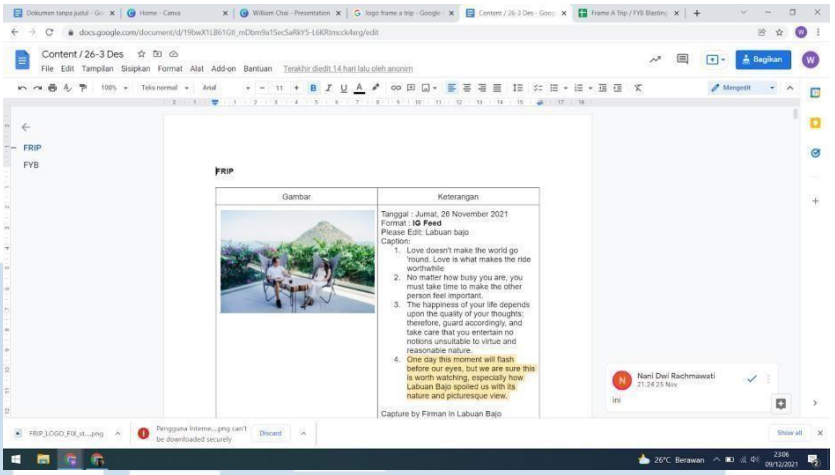
Gambar 3.5 Instagram Frame A Trip

e. Word Of Mouth

Indikator terakhir merupakan indikator yang penting dalam penggunaan media sosial. Frame A Trip melakukan hal tersebut dengan memberikan saran maupun komentar melalui kolom komen Instagram sehingga konsumen lainnya dapat melihat penilaian konsumen sebelumnya.

Dalam perusahaan PT Frame A Trip menggunakan *social media marketing* dalam *menghandle* media sosial. Frame A Trip melakukan *social media marketing* yang berfokus pada *sharing of content* dan *interaction.* Selama proses praktik kerja magang peserta magang diberikan pekerjaan dalam *menghandle* media sosial melainkan dalam proses pembuatan *caption* dan pembuatan sebuah *reels* video *Instagram.* Peserta magang diberikan tugas dalam pembuatan *caption* postingan mingguan perusahaan yang dilakukan pada *word* dan akan diberikan komen jika *caption* tersebut masih kurang menarik.

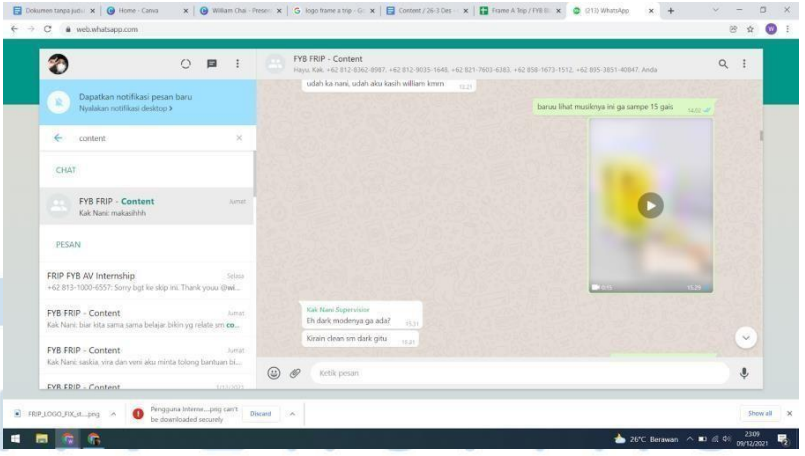
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar 3.6 Transkrip *Caption*

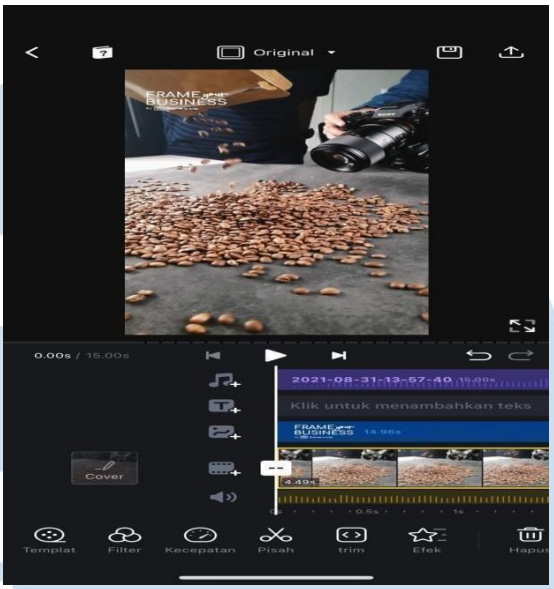
Tugas kedua yaitu pemikiran konsep ataupun transkrip dalam pembuatan *reels* dengan mencari konsep dari aplikasi lainnya. Setelah itu meminta masukkan kepada *team* apakah konsep menarik digunakan atau tidak. Jika konsep tersebut diterima oleh *team* maka peserta magang langsung melakukan pengeditan video tersebut sesuai konsep yang sudah dimusyawarahkan.



(Sumber : Whatsapp, 2021)

Gambar 3.7 Transkrip Reels

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



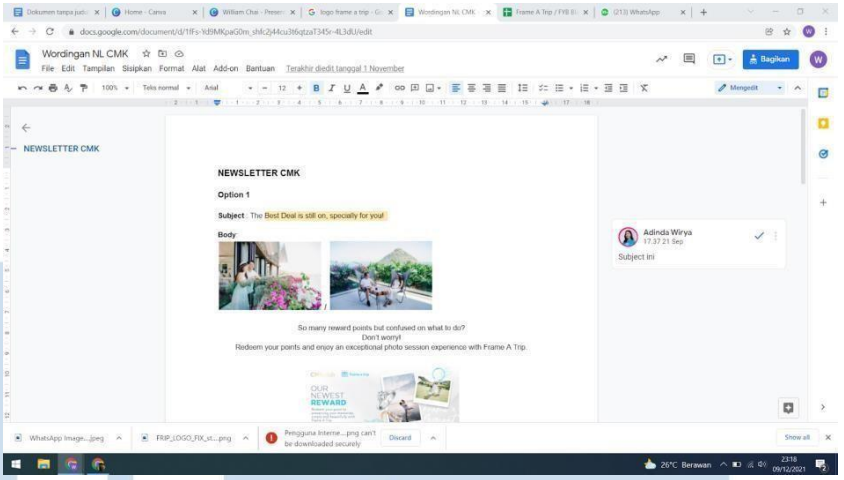
(Sumber : VN.com)

Gambar 3.8 Proses Editing

3.3.3 *Newsletter*

Newsletter merupakan sebuah media informasi yang singkat serta ditujukan kepada para pembaca yang sibuk atau tidak memiliki waktu luang yang banyak dalam membaca berita terlalu panjang (Ruslan, 2012). *Newsletter* dimanfaatkan perusahaan PT Frame A Trip dalam memberikan informasi mengenai promosi, produk atau jasa yang diberikan. Pada saat praktek kerja magang peserta magang diberikan tugas dalam membuat transkrip mengenai *newsletter* yang dilakukan melalui email. Peserta magang membuat *wordingan* tersebut dengan indikator *headline*, isi, dan *call to action*. *Newsletter* pertama yang dibuat peserta magang yaitu mengenai promosi yang diberikan perusahaan dengan menggunakan email.

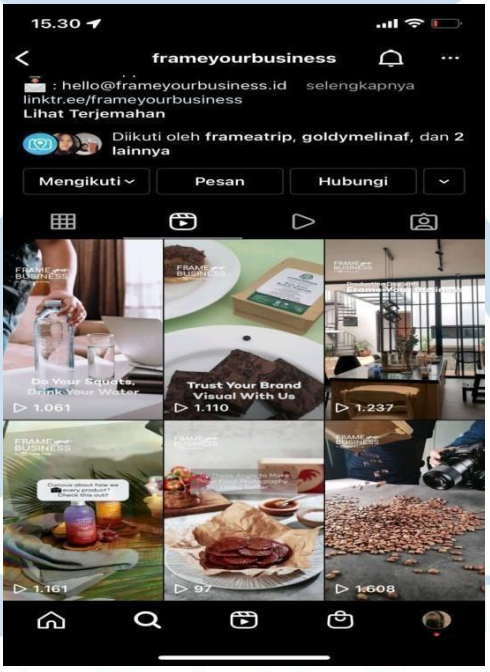
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



(Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar 3.9 Transkrip *Newsletter*

Berikut hasil dari tugas *social media marketing* yang diberikan oleh perusahaan kepada peserta magang:



(Sumber: Instagram/frameyourbusiness.com)

Gambar 4.1 *Reels Frame Your Business*

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

(Sumber: Instagram/frameatrip.com)

Gambar 4.2 *Reels* Frame A Trip

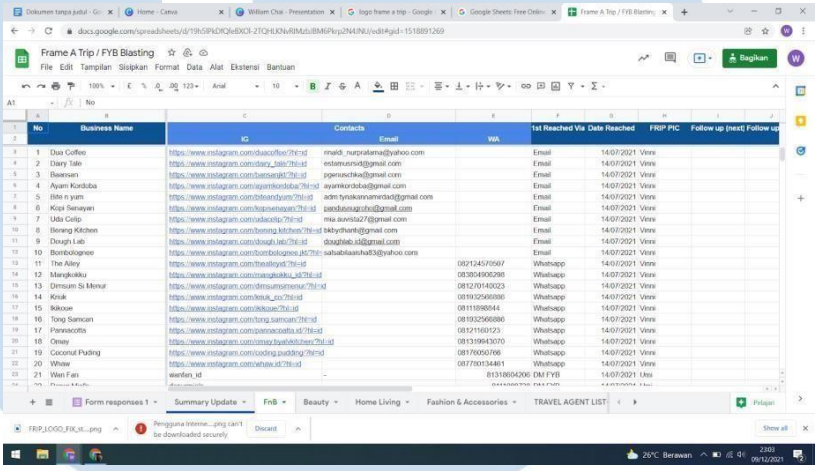
3.4 Tugas Lainnya

3.4.1 Database

Database atau basis data merupakan suatu program yang dapat mengumpulkan informasi dengan dapat menyimpan data-data (Enterprise, 2017). *Database* sendiri dapat diakses, dicari, dan disalin data yang terdapat didalamnya. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa *database* sendiri yaitu sekumpulan informasi yang dimana tersimpan di sebuah program maupun komputer.

Database dalam perusahaan PT Frame A Trip disini digunakan untuk mendapatkan potensial *client* yang dapat diajak kerja sama dalam memberikan fasilitas yang terdapat pada perusahaan. PT Frame A Trip yang kita tahu merupakan sebuah perusahaan fotografi dengan itu peserta magang diberikan pekerjaan dalam mencari potensial *client* dengan

kategori yang berbeda-beda dari setiap orang untuk mendapatkan *client* yang dapat diajak untuk kerjasama. Pekerjaan yang diberikan kepada peserta magang yaitu melakukan *listing* dan *blasting* potensial *client* dengan mencari setiap harinya sebanyak 50 untuk dimasukkan ke dalam *database* perusahaan.



(Sumber : Dokumen Pribadi)

Gambar 4.3 *Listing* dan *Blasting*

3.5 Kendala yang ditemukan

Dalam melaksanakan praktek kerja magang, peserta magang menemukan beberapa kendala dalam bekerja di Frame A Trip. Kendala yang peserta magang temui selama melakukan magang, sebagai berikut:

1. Terjadinya *miss communication* dengan supervisor

   Setiap pekerjaan pasti mendapatkan arahan supervisor tetapi tidak semua dapat berjalan lancar jika masih malu untuk bertanya terkadang terdapat *miss* dalam bekerja. Kendala pertama peserta magang yaitu seringnya mendapatkan *miss* mengenai arahan dari *supervisor* dalam pekerjaan yang diberikan sehingga harus meminta *supervisor* untuk memperjelas arahan tersebut.

2. *Respons* lama

Karena WFH membuat komunikasi harus melalui online sehingga setiap individu harus selalu *standby* dengan gadgetnya. Peserta magang merasakan adanya kesulitan dalam berkomunikasi secara online karena setiap orang belum tentu *standby* dengan *gadgetnya*.

3. Perbedaan selera

Selera setiap individu membuat kesulitan dalam memikirkan konsep yang dapat digunakan dalam *project* sehingga peserta magang kesulitan dalam memberikan konsep atau wordingan karena perbedaan selera dalam pembuatan *project*.

3.6 Solusi atas kendala yang ditemukan

Untuk mengatasi kendala yang terjadi, peserta magang berusaha mencari solusi hingga kendala tersebut dapat teratasi, berikut solusi yang digunakan oleh peserta magang:

1. Terjadinya *miss communication* dengan supervisor

Dalam mengatasi kendala tersebut peserta magang menanyakan kembali arahan yang diberikan agar tidak terdapat kesalahan dalam pengerjaan. Dengan dilakukannya hal tersebut mengatasi sesuatu yang tidak diinginkan.

2. *Respons* lama

Perlunya kesadaran diri mengenai masalah ini yaitu untuk selalu sadar bahwa kita sedang dijam kerja. Dengan itu, pekerja harus standby di depan gadget agar mengetahui bahwa ia diperlukan atau terdapat pekerjaan baru. Solusi kedua yaitu dengan melakukan telepon kepada teman kerja agar mendapatkan respon yang cepat.

3. Perbedaan selera

Kendala terakhir ini cukup dengan melakukan musyawarah atau mengumpulkan ide dari setiap individu. Jika sudah mendapatkan ide dari setiap individu dalam team dapat melakukan musyawarah untuk memilih yang terbaik dan dijadikan gambar

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA