

## **BAB 3**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang**

Selama penulis melakukan praktek kerja magang di PT. Dian Permata Omega (DPRO), penulis ditempatkan di divisi *MarketingCommunication* di bawah bimbingan Belinda Dianissa selaku ketua divisi *Marketing & Public Relation Manager* Selama melaksanakan praktek kerjamagang di PT Dian Permata Omega (DPRO). Dalam hal ini pembimbing memberikan instruksi, mengawasi dan memberikan revisi terhadap tugas yang diberikan dan tugas tersebut terdiri dari pelaksanaan branding, *event*, dan tugas lainnya. Selain itu divisi *Marketing Communication* turut berkoordinasi dengan divisi lain yang juga terlibat dengan proyek yang penulis kerjakan. Di minggu pertama penulis melakukan kerja magang, pembimbing memberitahu jika *Marketing Communication* terbagi kedalam 3 tim yakni tim *Marcom* media sosial, tim *Marcom Talent Management*, tim *Marcom Event*.

Tugas yang dilakukan tim *Marketing Communication* Media Sosial memiliki tugas mengelola seluruh akun media sosial DPRO. Dari mengunggah sebuah konten, membuat *caption* hingga melakukan interaksi bersama pengikut dari sebuah sosial media lewat komentar maupun pesan-pesan singkat. Sementara Tim *Marcom Talent Management* dimulai dari mengurus kegiatan para *talent* DPRO dimulai mengatur sebuah jadwal kegiatan hingga mengatur konten media sosial hingga mencari *job paratalent*. Tim *Marcom Event* memiliki tanggung jawab atas proyek *event* yang didapatkan serta dikerjakan perusahaan.

Selama praktek kerja magang berlangsung, penulis selalu melakukan koordinasi kepada karyawan satu divisi yang tentunya saling bertukar ide disaat melaksanakan kegiatan *Marketing Communication* maupun *event* melalui *Whatsapp Group* dan *Meeting* tatap muka dan *Meeting online*.

#### **3.2 Tugas yang Dilakukan**

Pekerjaan yang saya lakukan selama menjalankan kegiatan magang di DPRO adalah sebagai *Marketing Communication* yang membuat konsep ide dari sebuah konten di media sosial, menyelenggarakan *event*. *Marketing Communication* sendiri memiliki lingkungan yang cukup luas dimulai dari kegiatan *Marketing Public Relations* hingga *Customer Relations* dan kegiatan strategi pemasaran. Selama menjalankan kegiatan magang di DPRO, penulis mendapat peran sebagai Tim *Marcom* Media Sosial dan juga Tim *Marcom Event*. Berikut merupakan uraian pekerjaan penulis selama melaksanakan kerja magang.

NO	Kegiatan	Jenis Pekerjaan	Minggu ke-											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Content Development	Membantu membuat rancangan konten Instagram beserta caption EFL												
		Membantu membuat rancangan konten Instagram beserta caption Grand Opening												
2	Event	Event Grand Opening : Terasha Senja												
3	Social Media Management	Membuat timetable post content EFL												

(sumber data internal perusahaan, 2021)

**Tabel 3.1** Deskripsi Tugas

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalankan kegiatan magang, penulis harus berfokus kepada pekerjaan yang diberikan sesuai dengan divisi terkait yakni Divisi *Marcom* Media Sosial dan Divisi *Marcom Event*. Penulis ditunjuk untuk turut serta mengelola tugas utama yakni mengelola media sosial Elephant Fun Learning dan mengelola *event* klien, *Grand Opening* Terasha Senja.

#### 3.3.1 Content Development

*Content Development* merupakan sebuah proses pengembangan sebuah konten dengan cara meneliti serta memproduksi dan kemudian mempublikasikannya ke sebuah platform yang digunakan untuk menyebarkannya. *Content Development* yang dilakukan oleh penulis berupa *Content Marketing* atau pemasaran konten, *Content Development* adalah sebuah strategi dalam membuat serta menyebarkan sebuah konten yang bertujuan untuk menarik perhatian para audiens. Menurut Kotler (2017, p. 124) *Content Marketing* merupakan sebuah kegiatan di dalam pemasaran yang melibatkan sebuah proses membuat, distribusi

hingga memperkuat sebuah konten agar terlihat menarik dan relevan. Berikut merupakan rangkaian pekerjaan yang dikerjakan penulis.

- Membantu membuat rancangan konten *feeds* dan Instagram Story beserta *caption* untuk Elephant Fun Learning. Selama penulis bergabung di dalam tim *Marcom Social Media*, penulis memiliki tugas untuk membantu membuat rancangan konten *feeds* dan Instagram *Story* dari Elephant Fun Learning. Selamamenjalankan proses pembuatan konten, penulis juga melakukan riset mengenai ide konten dan juga *caption* yang menarik untuk setiap konten yang akan diunggah ke media sosial. Setelah mendapatkan ide untuk konten *feeds* serta Instagram Story, tim *Marcom Social Media* akan menyerahkan ide tersebut kepada tim *Graphic Design* untuk segera dikerjakan. Berikut merupakan pekerjaan yang telah dilakukan penulis.

1. “Elephant Fun Learning kembali”

merupakan salah satu konten media sosial Instagram yang penulis kerjakan. Pada konten media sosial yang satu ini penulis di dalam tim *Marcom Social Media* memiliki tugas membantu dalam memberikan beberapa masukan saat melakukan diskusi tentang bentuk desain sebelum diserahkan kepada tim *Graphic Design* untuk dikerjakan selain itu penulis juga membantu memilah kata-kata yang dapat digunakan pada gambar yang akan diunggah, dan penulis juga membantu dalam membuat kata-kata untuk *caption* yang akan digunakan.

**Gambar 3. 3** Feeds Elephant Fun Learning Kembali



**Gambar 3. 4** Instagram Story Elephant Fun Learning Kembali



*Caption :*

“Halo, teman-teman Elle !! Senang sekali bisa menyapalkalian lagi ! Rindu sekali rasanya bermain bersama kalian!❤️ We are so excited to announce you a good news ! Kabar gembiranya adalah Elephant Fun Learning Club akan kembali aktif dan memulai kelas baru dan tentunya dengan tempat yang baru juga! Tepatnya kita akan membuka kelas di Harapan Indah Bekasi, yang tentunya akan tetap menerapkan protokol kesehatan. Dijamin ga akan kalah seru dengan kelas-kelas Elephant FLC di tempat lain dan yang pasti bermanfaat bagi si kecil. Nantikan info selanjutnya untuk program terbaru kita ya ! Stay tuned !”  
#elephantfunlearning #sensoryplay #class #for #children #parentandchild

2. “Grand Opening : Terasha Senja”

Konten “Grand Opening : Terasha Senja” merupakan konten yang dibuat untuk memberitahukan mengenai tanggal pembukaan cafe Terasha Senja, di dalam konten media sosial tersebut penulis di dalam tim *Marcom*

*Social Media* memiliki tugas membantu dalam memberikan beberapa masukan mengenai isi gambar pada saat melakukan diskusi tentang bentuk desain sebelum diserahkan kepada tim *Graphic Design* untuk dikerjakan dan penulis juga membantu dalam membuat kata-kata untuk *caption* yang akan digunakan.

**Gambar 3. 5** Feeds Grand Opening : Terasha Senja.



*Caption :*

“HALOOO ANAK SENJAA

Good news untuk teman-teman di sekitar Bekasi, sekarang ada Terasha Senja yang akan menemani harimu loh! Buat yang suka nongkrong, ayo datang ke Grand Opening TerashaSenja! Ada promo buy 1 get 1 loh, dan yang pasti makanannya bisa bikin kamu nagih! Yuk tunggu apalagi? Kuy langsung datang ke :Jalan palem kuning, Rt.002 Rw.024, Pejuang, Kecamatan Medan Satria Bekasi Open from : 10:00 untill 00:00 SEE YOU ANAK SENJA!” #senja #terashasenja #cafe #rumahkongkow #nongkikuy

### 3.3.2 Event

Event merupakan sebuah kegiatan yang dilaksanakan secara terencana dan dilakukan sesuai dengan tujuan. Terdapat beberapa faktor penting yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan sebuah *event* dimulai dari tahap perencanaan, pembuatan konsep hingga sampai pada pelaksanaan dari sebuah *event* (Tory Halsey, 2010, p. 2- 10). Menurut Goldblatt (2013, P. 36) sebuah *event* baru bisa dikatakan sukses jika memiliki lima tahapan penting yaitu riset, desain, perencanaan, koordinasi serta evaluasi.

1. Riset

Pada tahap riset terdapat lima pertanyaan yang dapat digunakan sebagai sebuah acuan dalam melaksanakan sebuah *event* yakni 5W atau *why, who, when, where, what*. Pertanyaan 5W tersebut sudah mewakili pertanyaan mengenai kenapa *event* ini perlu diselenggarakan, setelah itu bisa dilakukan analisis S.W.O.T untuk memastikan jika seluruh tahap sudah dilakukan secara sistematis.

2. Desain

Pada tahap desain, ide baru yang memiliki kreativitas tinggi dapat sangat membantu pelaksanaan *event*. Pada tahap ini fokus pertama ada pada *brainstorming* yang bertujuan mencari dan menggali lebih dalam mengenai konsep untuk *event* yang akan dilaksanakan serta strategi yang ingin digunakan dan biaya.

3. Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan tahap yang begitu membutuhkan banyak waktu karena tahap ini merupakan kunci kesuksesan hasil akhir dari sebuah *event*. Tahap perencanaan merupakan tahap dimana sebuah pembagian tugas dilakukan agar jalannya *event* bisa lebih efektif dan efisien. Selain pembagian tugas, ketelitian juga sangat diperlukan agar tidak ada tahap yang terlewat ataupun terdapat kesalahan di dalamnya.

4. Koordinasi

Tahap koordinasi dilakukan sejak awal sebuah *event* direncanakan, sebuah koordinasi dalam sebuah tim harus dilakukan dengan benar atau dapat berakibat fatal bagi sebuah *event*. Khususnya untuk seorang *event manager*, *event manager* dituntut untuk bersikap sigap dalam mengambil keputusan jika terjadi sebuah permasalahan.

5. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan setelah *event* selesai dilaksanakan, evaluasi sendiri dilihat dimulai dari tahap awal persiapan sebuah *event* hingga selesai. Setelah melakukan evaluasi segala kekurangannya yang terdapat pada sebuah *event* akan dijadikan pembelajaran untuk melaksanakan *event*

lainnya.

Kelima tahap *Event* tersebut telah dilaksanakan penulis bersama dengan tim *Marketing Communication* DPRO selama proses pelaksanaan *Event Grand Opening : Terasha Senja*. Berikut merupakan penjelasan mengenai *Event Grand Opening : Terasha Senja*.

#### 1. Riset

Pada tahap ini penulis bekerja sama dengan tim dalam mengumpulkan sebuah referensi mengenai *Event Grand Opening Cafe* di masa kini yang dapat menarik perhatian publik selain itu penulis beserta tim juga rutin melakukan *brief* bersama pihak Terasha Senja dan berdiskusi mengenai target market mereka dan memberikan beberapa referensi mengenai *Event Grand Opening* dengan konsep *outdoor* kepada pihak Terasha Senja. Selain itu penulis bersama dengan tim juga melakukan *survei* secara rutin ke tempat Terasha Senja sehingga tim dapat mencocokkan beberapa referensi *Event Grand Opening* yang cocok dengan *venue* dari Terasha Senja.

**Gambar 3. 6** Rapat bersama Terasha Senja



#### 2. Desain

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Pada tahap desain penulis rutin melakukan *survei* ke tempat Terasha Senja bersama dengan tim *decoration*, karena Tera kembali melakukan diskusi dengan tim *decoration* dan membahas mengenai keperluan dekorasi dengan konsep *outdoor*. Setelah melakukan diskusi kembali dengan pihak Terasha Senja, pihak Terasha Senja menginginkan dekorasi yang tidak terlalu ramai namun dapat terlihat menarik, sehingga tim memutuskan untuk menggunakan konsep cafe di pinggir pantai dengan dekorasi yang tidak terlalu ramai namun dapat terlihat menarik selayaknya cafe di pinggir pantai.



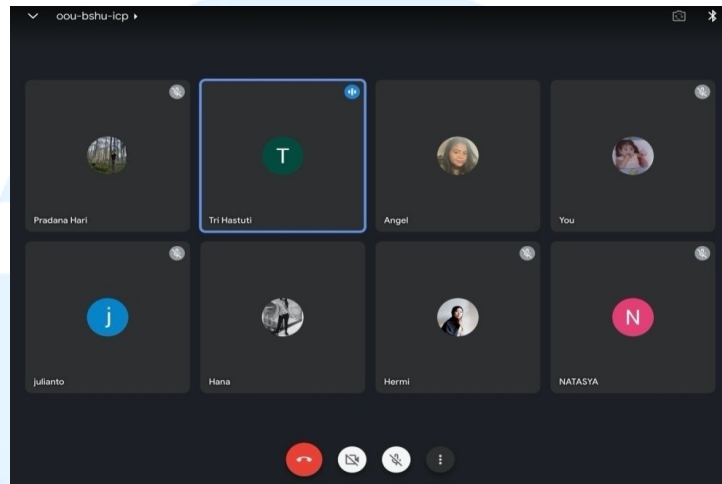
**Gambar 3. 7** Gambaran Final Venue Decoration Terasha

### 3. Perencanaan

Tahap perencanaan sudah sejak awal dilakukan oleh tim *Marketing Communication* DPRO, dan penulis mendapatkan bagian untuk masuk kedalam tim yang melakukan koordinasi dengan klien serta divisi yang ikut serta dalam melaksanakan *event*. Maka dengan segera mungkin, penulis beserta tim rutin melakukan koordinasi dengan pihak Terasha Senja dan seluruh divisi yang terlibat untuk mengetahui mengenai laporan progress yang sudah dilalui.



**Gambar 3. 8** Rapat Koordinasi Divisi.



#### 4. Koordinasi

Tahap koordinasi juga sudah dilakukan sejak awal, dan penulis juga terlibat di dalam tim yang melakukan koordinasi dengan klien dan juga tim yang terlibat. Penulis dan tim rutin melakukan koordinasi dengan klien setiap kali melakukan *visit venue* untuk memberitahu mengenai *progress* yang sudah disiapkan dan penulis juga rutin melakukan koordinasi dengan tim yang terlibat untuk mengetahui *progress* yang sudah didapatkan lalu melaporkannya kepada *Marketing & PR Manager*.

Koordinasi juga dilakukan pada saat hari H *event*, disaat hari H *event* beberapa pengunjung terdapat melanggar protokol kesehatan dengan melepaskan masker terlalu lama. Di dalam kasus ini *project manager* langsung sigap kembali menegaskan agar masker kembali digunakandan terus menjaga jarak, dan masker hanya boleh dibuka saat ingin tim foto dan video ingin melakukan dokumentasi.

**Gambar 3. 9** Grand Opening : Terasha Senja



**Gambar 3. 10** Grand Opening : Terasha Senja



## 5. Evaluasi

Setelah *event* selesai, seluruh tim *Marketing Communication* yang terlibat di dalam *Event Grand Opening : Terasha Senja* melakukan evaluasi. Pada hari *Grand Opening Terasha Senja*, pengunjung yang datang ternyata melebihi target yang kami perkirakan dan itu membuat *venue* menjadi terlalu ramai dan padat dengan para pengunjung dan beberapa pengunjung melanggar protokol kesehatan dengan melepas masker mereka. Namun kinerja tim selama menyiapkan *event*, sudah melakukan tugasnya dengan baik.

### 3.3.3 Social Media Management

*Social Media Management* merupakan sebuah penggunaan dari berbagai *tools* yang memiliki tujuan untuk membantu proses pembagian sebuah konten ke media sosial dan hal yang dapat dilakukan bisa berupa menjadwalkan waktu posting di media sosial, melakukan interaksi dan mengelola sebuah respon di media sosial. (Strategy, 2020) Menurut Tamar Weinberg dalam bukunya yang berjudul “The New Community Rules: Marketing on the Social Web” mengatakan jika *Social Media Marketing* merupakan sebuah proses dimana melakukan promosi melalui situs hingga layanan yang dilakukan dari media sosial. Berikut merupakan tugas yang dilakukan oleh penulis.

- Membuat *timetable posting social media Instagram* Elephant Fun Learning Penulis mengerjakan pembuatan timetable posting konten untuk media sosial Instagram milik EFL agar konten yang ingin di sebarkan dapat lebih tertata dan dapat di unggah tepat waktu

Media Sosial	Deadline Tanggal Upload	Instagram story / Instagram Feeds	Keterangan Konten
INSTAGRAM	24 September 2021	Instagram Feeds	Konten mengenai kembali aktif nya Elephant Fun Learning
	2 Oktober 2021	Instagram Feeds	Konten memperingati hari batik nasional 2021
	8 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram Feeds</li> <li>• Instagram Story</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten yang memperkenalkan maskot yang bernama Elle dari Elephant Fun Learning</li> <li>• Konten yang mengumumkan jika Elephant Fun Learning akan kembali aktif dan ingin membuka kelas kembali</li> </ul>
	15 Oktober 2021	Instagram Feeds	Konten mengenai edukasi pentingnya anak mengenal sensory play
	22 Oktober 2021	Instagram Story	Konten yang berupa beberapa tips tata cara dalam melakukan parenting di era kini

(sumber data internal perusahaan, 2021)

**Tabel 3.2** Timetable Posting Content

### 3.4 Kendala

Selama melakukan praktek kerja magang sebagai *Marketing Communication* di DPRO, penulis menemukan beberapa kendala yang didapatkan selama bekerja, berikut merupakan penjelasannya.

1. Terdapat kekurangan dalam efektivitas komunikasi yang terjalin sehingga sering terjadi miskomunikasi dengan sesama divisi dan antar divisi.
2. Kurangnya pembagian pekerjaan yang efisien membuat beberapa pekerja magang termasuk penulis mendapatkan pekerjaan yang lebih sedikit.
3. Kesulitan dalam menaikkan *engagement* dari media sosial Instagram membuat penyebaran konten menjadi terhambat.
4. Kurangnya *brief* mengenai konten seperti apa yang di inginkan membuat tim menjadi kesulitan untuk memikirkan konten yang sesuai.
5. Kurangnya pengetahuan mengenai penyelenggaraan *event* yang dilakukan secara *offline* membuat penulis sedikit mengalami kesulitan dalam membantu proses penyelenggaraan event.
6. Pandemi Covid-19 yang menimbulkan dampak besar bagi industri *event* membuat proyek event menjadi sulit untuk di dapatkan.

### **3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Setelah menghadapi kendala selama praktek kerja magang, berikut merupakan beberapa solusi yang dapat diberikan oleh penulis.

1. Perlu rutin dalam melaporkan perkembangan dari pekerjaan yang diberikan sehingga kegiatan yang dilakukan dapat berjalan lebih maksimal dan miskomunikasi akan menjadi berkurang.
2. Perlu memperbaiki sistem pembagian pekerjaan agar para pekerja magang bisa mendapatkan pekerjaan sesuai dengan porsinya.
3. Melakukan riset mengenai konten seperti apa yang dapat menarik perhatian audiens dan juga perlu rutin mengunggah konten di media sosial sehingga dapat menjalin komunikasi dengan pengikut media sosial dan juga menaikkan *engagement* dari media sosial nya sendiri.

4. Instruksi atau *brief* yang diberikan dapat lebih diperjelas sehingga tidak perlu lagi membuat pekerja magang merasa kebingungan dan pengumpulan pekerjaan yang diberikan pun dapat sesuai dengan batasan waktu yang sudah dijadwalkan.
5. Penulis dapat menambahkan ilmu pengetahuan dan pengalaman baru mengenai persiapan penyelenggaraan *event* yang dilakukan secara *offline*.
6. Dapat kembali melakukan riset mengenai ide *event* seperti apa yang dapat dilakukan ditengah pandemi namun tetap dapat menarik bagi para audiens.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA