

BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam implementasi program magang, penulis bergabung pada tim *Event & Community* sebagai *Community & Event Marketing Intern*. Pada Shipper Indonesia, divisi *Event & Community* berada di bawah departemen *Marketing*. Divisi ini sesuai dengan program studi yang dijalani oleh penulis di Universitas Multimedia Nusantara, yaitu *Strategic Communications* dengan *major Marketing Communication*. Penulis melaksanakan magang atas bimbingan dari Bapak Reza Syahdan selaku *Event & Community Manager* serta melalui arahan dari Bapak Satrio Anindito Hadiwibowo selaku *Community Lead* di PT. Shippindo Teknologi Logistik (Shipper Indonesia). Pelaksanaan kerja magang di Shipper Indonesia penulis jalankan selama kurang lebih 4 bulan.

Shipper Indonesia adalah perusahaan *startup* yang berdiri sejak tahun 2016 dan kini menjadi tahun kelima Shipper Indonesia beroperasi. Saat tengah merintis usahanya, seperti pada nilai perusahaan yang pertama yaitu “*Always Start with Customer First*”. Shipper sadar bahwa konsumen adalah pihak yang berperan sangat penting bagi perusahaan tentunya dalam menjalankan bisnisnya. Dengan itu, Shipper membuat sebuah *loyal community* dimana konsumen yang sudah menggunakan jasa dan produk Shipper disatukan pada sebuah wadah komunitas dan diberikan program khusus untuk menjaga hubungan perusahaan dengan konsumen semakin erat.

Tim *Event & Community* hadir di Shipper sebagai jembatan antara Shipper dengan komunitasnya. *Event & Community* adalah divisi yang bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengeksekusi program acara baik untuk internal komunitas atau publik. Selama masa program magang, penulis diberikan kesempatan oleh pembimbing untuk membantu pekerjaan divisi *Event &*

Community di belakang layar maupun di depan layar dan terjun secara praktik pelaksanaannya.

Selama masa program magang, penulis melaksanakan berbagai pekerjaan yang berkaitan dengan seorang pihak eksternal Shipper. Pekerjaan utama yang diberikan kepada penulis oleh pembimbing yaitu terkait dengan *community partner* yang dilakukan harian, mulai dari mencari *community partner* yang potensial, *approach community partner* untuk berkolaborasi mengadakan *event* serta meeting untuk inisiasi kolaborasi tersebut dan *brainstorming* menyesuaikan kebutuhan Shipper dengan *community partner*. Setiap meeting yang dilakukan tim *Event & Community* Shipper dengan pihak eksternal, penulis wajib untuk membuat MoM (*Minutes of Meeting*) dimana berisi rangkuman atau notulen pembahasan rapat. Setelah itu, penulis juga diberikan tanggung jawab tambahan seperti membuat materi presentasi untuk webinar, *blasting event invitation* yang dilakukan harian yang dilakukan *broadcast* menggunakan Whatsapp.

Setiap sebelum *event* dilaksanakan, tim *Event & Community* selalu mengadakan Gladi Resik untuk memberikan arahan kepada moderator dan narasumber yang akan mengisi acara Shipper. Pada pelaksanaan *event*, tim *Event & Community* dipecah menjadi beberapa PIC (*Person In Charge*). PIC *event* dibagi menjadi beberapa tanggung jawab, yaitu bertugas sebagai moderator, menyortir pertanyaan, meramaikan kolom chat, serta mempresentasikan video dan materi acara. Selama masa program magang, seluruh webinar yang diadakan oleh Shipper bersifat daring untuk menaati anjuran pemerintah di kala pandemi Covid-19 saat ini.

Proses pelaksanaan kerja serta aktivitas tim *Marketing* Shipper Indonesia selama ini dilakukan secara *remote* di mana karyawan mayoritas bekerja dari rumah tetapi karyawan juga dapat bekerja dari kantor dengan mematuhi protokol kesehatan yang telah dianjurkan. Hal ini Shipper lakukan untuk dapat mencegah kemungkinan proses penyebaran virus Covid-19 di antara karyawan. Karyawan diwajibkan untuk menjaga jarak dan menggunakan masker apabila sedang bekerja

dari kantor. Setelah itu, Shipper mengubah absensi harian dengan menggunakan Google Sheets untuk menghindari kontak langsung seperti sidik jari.

Divisi *Event & Community* Shipper Indonesia mengalami beberapa penyesuaian pada pelaksanaan programnya. Program pada masa pandemi Covid-19 mewajibkan Shipper untuk melaksanakan *event* secara *virtual* dan harus disesuaikan dengan protokol kesehatan yang berlaku. Pada tahun ini, *event roadshow* dan *boothcamp* menjadi tidak dapat terlaksana sampai waktu yang belum dapat ditentukan. Shipper memutuskan untuk memperbanyak skala webinar untuk dapat tetap produktif yang diadakan minimal tiga kali dalam satu pekan dan tetap mengadakan program *loyal community* yaitu *community gathering* minimal sebulan sekali. Dalam masa pandemi Covid-19 saat ini, penulis bertanggung jawab dan diberikan kesempatan untuk dapat berintegrasi dengan tim *Event & Community* lainnya dalam membantu pelaksanaan pekerjaan yang cukup memiliki keterbatasan dalam implementasinya.

3.2 Tugas Yang Dilakukan

Dalam menjalankan proses kerja magang di PT. Shippindo Teknologi Logistik (Shipper Indonesia), penulis dipercayakan untuk berkontribusi dalam berbagai pekerjaan *Event & Community* dalam ruang lingkup *Marketing* yang telah penulis pelajari secara teori di Universitas Multimedia Nusantara. Pada praktiknya, penulis berkontribusi secara langsung di lingkungan profesional, dimana pekerjaan inti yang dilaksanakan penulis antara lain terkait *Community Relations*, *Direct Marketing*, *Event Copywriting*, *Content Marketing*, menangani *webinar* Shipper Sellers Series serta menjadi moderator webinar.

Berikut ini terdapat rincian pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan program kerja magang di PT. Shippindo Teknologi Logistik (Shipper Indonesia);

Table 3.2.1 *Timeline Pekerjaan Event & Community Intern*

Jenis Pekerjaan	Minggu Ke-													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<i>Community Relations</i>														
<i>Event Marketing</i>														
<i>Copywriting</i>														
<i>Content Marketing</i>														
<i>Direct Marketing</i>														

3.2.1 *Community Relations*

Community Relations merupakan fokus utama yang dilakukan oleh penulis selama masa praktik kerja magang. *Community Relations* yang dimaksudkan disini tidak harus berbasis komunitas, akan tetapi bisa berbentuk perusahaan, media, atau platform yang memiliki fokus utama mengembangkan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan berfokus pada pengembangan bisnis. Setiap harinya penulis melakukan pekerjaan dalam ranah *community relations*, pekerjaan yang dilakukan antara lain:

Table 3.2.2 *Pekerjaan Community Relations*

Minggu	Pekerjaan Yang Dilakukan Mahasiswa
1.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring bersama Rumah BUMN Yogya dan Connectpedia untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat.

2.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring bersama Jakpreneur, Renotech, dan Haibolu untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat.
3.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring bersama Tokotalk dan Koinworks untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat.
4.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring kedua bersama Tokotalk dan Connectpedia untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat.
5.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring bersama Cubic Inc, Damping.id, dan Indotrading untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat.
6.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukan pada Google Sheets.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring bersama Elling.co.id dan HMC Bekasi untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat.
7.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukkan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring kedua bersama Jakpreneur dan Elling.co.id untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat.
8.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukkan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring bersama Guerrilla Esports dan Rumah BUMN Yogya untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat.
9.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukkan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring bersama Niagahoster, Wiranesia, dan Teman Startup untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat. • Membuat ToR <i>Event</i> Shipper X Niagahoster.
10.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukkan pada Google Sheets.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring bersama Social Connex X UMKM Lab, dan Wessy untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat. • Membuat Proposal <i>Partnership</i> Shipper X Teman Startup. • Membuat ToR <i>Event</i> Shipper X UMKM Lab X Social Connex.
11.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring kedua bersama Social Connex X UMKM Lab, Niagahoster, dan Teman Startup untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat. • Membuat Proposal <i>Partnership</i> Shipper X SC X UMKMLab • Membuat Proposal <i>Partnership</i> Shipper X Wiranesia
12.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring kedua bersama Social Connex X UMKM Lab, Niagahoster, dan Teman Startup untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat. • Membuat <i>Timeline & Budgeting</i> Shipper X Teman Startup.
13.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat <i>event</i>. Daftar dari pihak yang potensial dimasukan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring bersama Upscale TokoIG dan Ngelapak.co.id untuk inisiasi kolaborasi <i>event</i> bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat. • Membuat Proposal <i>Partnership</i> Shipper X Upscale TokoIG.

14.	<p>Mencari dan mengajukan kerjasama dengan komunitas, perusahaan, media atau wadah yang dapat dijadikan <i>community partner</i> untuk berkolaborasi membuat event. Daftar dari pihak yang potensial dimasukan pada Google Sheets.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis melakukan rapat daring bersama RB Yogya untuk evaluasi dan rencana <i>event</i> lanjutan bersama Shipper. • Hasil rapat yang telah dilakukan berupa MoM (<i>Minutes of Meeting</i>) yang berisikan kesimpulan dari pembahasan rapat.
------------	--

3.2.2 Shipper Sellers Series (*Special Event*)

Shipper Seller Series adalah program webinar yang dilaksanakan oleh tim *Event & Community Shipper* berkolaborasi dengan berbagai *community partner*. Program webinar ini diadakan oleh Shipper minimal tiga kali dan maksimal enam kali dalam seminggu. tim *Event & Community* dibagi menjadi beberapa tugas pada setiap webinar yakni menyortir pertanyaan, meramaikan kolom *chatbox*, serta presentasi materi atau video Shipper.

Table 3.2.3 Pekerjaan *Special Event*

Minggu	Pekerjaan Yang Dilakukan Mahasiswa
1.	<p>Menangani webinar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Shipper X Bina KUKM Indonesia : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X HIPMI PT SU : Presentasi materi dan video shipper • Shipper Warehouse : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X PNM Jakarta : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X Avana : Menangani kolom <i>chatbox</i>
2.	<p>Menangani Webinar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Shipper X Rumah BUMN Yogya : Menjadi MC webinar • Shipper X Rumah BUMN Bandung : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X Om Botak : Presentasi materi dan video Shipper • Shipper LTA <i>Discussion</i> : Menangani kolom <i>chatbox</i>.
3.	<p>Menangani Webinar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Shipper Sellers Series : Menjadi moderator Webinar • Shipper X Catika Group : Presentasi materi dan video Shipper

	<ul style="list-style-type: none"> • Shipper Warehouse : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X Facebook Marketplace : Menangani kolom <i>chatbox</i>.
4.	Menangani Webinar: <ul style="list-style-type: none"> • Shipper X Desty : Presentasi materi dan video Shipper • Shipper Sellers Series : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X Facebook Marketplace : Menjadi moderator webinar.
5.	Menangani Webinar: <ul style="list-style-type: none"> • Shipper X Japnas : Presentasi materi dan video Shipper • Shipper X Jakpreneur : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X Modalku : Menangani kolom <i>chatbox</i> • Shipper X Haibolu : Presentasi materi dan video Shipper • Shipper X Avana : Menyortir pertanyaan audiens.
6.	Menangani Webinar: <ul style="list-style-type: none"> • Shipper X Goorita X HIPMI Jabar : Presentasi materi dan video Shipper. • Shipper Warehouse SLC : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X Aspenku : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X Facebook Marketplace : Menjadi moderator webinar.
7.	Menangani Webinar: <ul style="list-style-type: none"> • Shipper X Rumah BUMN Yogya : Menjadi MC webinar • Shipper X Restock X Wifkain : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X Indotrading : Presentasi materi dan video Shipper • Shipper X Om Botak : Presentasi materi dan video Shipper • Shipper X Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) : Menyortir pertanyaan audiens.
8.	Menangani Webinar: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Event Loyal Community</i> : Menjadi pemateri dan membawakan materi presentasi. • Shipper X Ralali : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper Sellers Series : Menangani kolom <i>chatbox</i>.
9.	Menangani Webinar: <ul style="list-style-type: none"> • Shipper X Facebook Marketplace : Menjadi moderator webinar • Shipper X Wifkain X Restock : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X Aspenku : Menangani kolom <i>chatbox</i> • Shipper X Catika : Presentasi materi dan video Shipper.

10.	Menangani Webinar: <ul style="list-style-type: none"> • Shipper Learning Center : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X Zahir : Menjadi moderator webinar • Shipper X Go-Store : Presentasi materi dan video Shipper. • Shipper X Facebook Marketplace X Jakpreneur : Menjadi moderator webinar.
11.	Menangani Webinar: <ul style="list-style-type: none"> • Shipper X Damping.id : Presentasi materi dan video Shipper • Shipper Sellers Series : Menangani kolom <i>chatbox</i> • Shipper X Cubic Inc : Menjadi moderator webinar
12.	Menangani Webinar: <ul style="list-style-type: none"> • Shipper X Ralali : Menyortir pertanyaan audiens • Shipper X Jurnal by Mekari : Presentasi materi dan video Shipper • Shipper X Facebook Marketplace X Rumah BUMN Yogya : Presentasi materi dan video Shipper.
13.	Menangani Webinar: <ul style="list-style-type: none"> • Shipper X Indotrading : Presentasi materi dan video Shipper. • Shipper X Digitarasa : Presentasi materi video Shipper dan menyortir pertanyaan audiens • Shipper X BPC HIPMI Tangerang : Menjadi moderator webinar • Shipper X Grab X Nutrifood : Menangani kolom <i>chatbox</i>
14.	Menangani Webinar: <ul style="list-style-type: none"> • Shipper X Desty : Menyortir pertanyaan audiens • <i>Community Gathering</i> : Menjadi Pemateri acara • Shipper X Niagahoster : Presentasi materi dan video Shipper.

3.2.3 Event Copywriting

Copywriting merupakan salah satu tugas yang penulis lakukan dalam ranah divisi *Event & Community*. *Copywriting* yang dimaksudkan disini adalah penulis membuat tulisan untuk menyebarkan undangan serta *reminder* kepada peserta dari webinar yang diadakan melalui *email marketing* dan *whatsapp blast*.

Table 3.2.4 Pekerjaan *Copywriting*

Minggu	Pekerjaan Yang Dilakukan Mahasiswa
--------	------------------------------------

4	Membuat <i>copywriting</i> undangan dan <i>reminder</i> webinar Shipper X Japnas, Shipper X Jakpreneur, dan Shipper X Haibolu.
5	Membuat <i>copywriting</i> undangan dan <i>reminder</i> webinar Shipper X Avana, dan Shipper X Modalku.
6	Membuat <i>copywriting</i> undangan dan <i>reminder</i> webinar Shipper X HIPMI X Goorita, dan Shipper X Facebook Marketplace.
7	Membuat <i>copywriting</i> undangan dan <i>reminder</i> webinar Shipper X Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), dan Shipper X Om Botak.
8	Membuat <i>copywriting</i> undangan dan <i>reminder</i> webinar Shipper X Satoeassa, dan Shipper X Ralali.com.
9	Membuat <i>copywriting</i> undangan dan <i>reminder</i> webinar Shipper X Zahir, dan Shipper X Facebook Marketplace X Jakpreneur.
10	Membuat <i>copywriting</i> undangan dan <i>reminder</i> webinar Shipper X Damping.id, dan Shipper X Cubic Inc.
13	Membuat <i>copywriting</i> undangan dan <i>reminder</i> webinar Shipper X Grab X Nutrifood dan Shipper X BPC HIPMI Tangerang.

3.2.4 Content Marketing

Membuat konten kreatif sebagai topik pembicaraan dalam sebuah webinar juga merupakan tanggung jawab penulis. Penulis berkontribusi juga untuk menyusun konten materi pembicaraan dari tema suatu webinar untuk dapat dibawakan oleh narasumber yang mengisi acara tersebut. Selain itu, penulis juga memiliki wewenang untuk dapat merumuskan konten baru bagi acara yang diselenggarakan oleh Shipper Indonesia.

Table 3.2.5 Pekerjaan *Content Marketing*

Minggu	Pekerjaan Yang Dilakukan Mahasiswa
1	Membuat materi presentasi mengenai “ <i>Warehouse ala Seller Community</i> ” yang membahas mengenai pengelolaan gudang dari Shipper Indonesia
2	Membuat materi presentasi mengenai “ <i>Social Media Marketing</i> ” dan “ <i>Business Model Canvas</i> ”

3	Membuat materi presentasi mengenai “Tips & Trik Ekspansi Bisnis” dari Shipper Indonesia.
5	Membuat materi presentasi untuk acara komunitas Shipper (Tak Kenal Maka Tak Sayang) serta membuat materi mengenai “Tips & Trik <i>Maintain Business Finance & Perjalanan Bisnis Skincare</i> ”
6	Membuat materi presentasi mengenai “Strategi Jualan Agar Tetap Berjaya”.
8	Membuat konsep dan ide baru untuk acara Shipper berupa <i>talkshow</i> bertema “Dari <i>Seller</i> , Oleh <i>Seller</i> , Untuk <i>Seller</i> ” dan “Shipper <i>Partner Takeover</i> ”.
9	Membuat materi presentasi untuk webinar Shipper X Catika.
10	Membuat materi presentasi untuk webinar Shipper X Go-Store.

3.2.5 Direct Marketing

Sebagai anggota dari divisi *Event & Community*, hal yang wajib dilakukan oleh penulis adalah *direct marketing* dengan menyebarkan *Whatsapp blasting & email marketing*. *Direct Marketing* disini penulis lakukan dengan menggunakan *Whatsapp blast* dan *Email Marketing* dimana penulis memberikan undangan dan juga *reminder* webinar berdasarkan *database* yang dikelola oleh tim *Event & Community*.

Table 3.2.6 Pekerjaan *Direct Marketing*

Minggu	Pekerjaan Yang Dilakukan Mahasiswa
1	<ul style="list-style-type: none"> Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.
2	<ul style="list-style-type: none"> Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.

3	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.
5	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.
6	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.
7	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.
8	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.
9	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.
10	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.

11	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.
12	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.
13	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.
14	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan undangan webinar melalui whatsapp kepada peserta yang telah terdaftar pada <i>database</i> Shipper. • Memberikan tautan akses webinar dan <i>reminder</i> kepada seluruh peserta yang telah terdaftar menggunakan <i>email marketing</i>.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Community Relations*

Dalam pelaksanaan kegiatan *community relations*, terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan. *Community relations* adalah hubungan bisnis yang saling menguntungkan dengan satu atau lebih pemangku kepentingan atau *stakeholders*, untuk meningkatkan reputasi perusahaan menjadi sebuah perusahaan yang lebih baik bagi masyarakat (Iriantara, 2019). *Community relations* pada dasarnya berhadapan langsung dengan persoalan sosial yang nyata dihadapi komunitas sekitar organisasi.

Kegiatan *community relations* memiliki beberapa proses tahapan yang meliputi pengumpulan fakta, perumusan masalah, perencanaan dan pemrograman, aksi dan komunikasi, serta evaluasi (Iriantara, 2019). Pada akhirnya, *community relations* dilakukan dengan upaya perusahaan atau lembaga membangun hubungan

harmonis dengan komunitas masyarakat atau konsumen untuk dapat meningkatkan kepedulian sosial dan keterikatan merek.

Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat bahwa hubungan dengan komunitas berorientasi kepada kegiatan, yaitu kegiatan partisipatif yang dilakukan oleh perusahaan, organisasi, atau merek. Dengan kegiatan yang bersifat partisipatif tentu keuntungannya tidak hanya kepada perusahaan atau pihak pelaksana, tetapi berikutan pada komunitas dan pihak terkait. Penulis menyimpulkan bahwa kegiatan *community relations* merupakan kegiatan yang meliputi pengembangan melalui informasi dan komunikasi kepada pemangku kepentingan untuk meningkatkan hubungan baik dengan kelompok masyarakat dan komunitas melalui program yang dilakukan.

PT. Shippindo Teknologi Logistik alias Shipper Indonesia rutin melakukan kegiatan *community relations* di mana yang juga menjadi tanggung jawab utama penulis. Kegiatan *community relations* yang dilakukan berpacu kepada kerjasama dengan *community partner* seperti organisasi, komunitas, lembaga perusahaan, dan media untuk berkolaborasi dalam membuat acara webinar. Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh penulis dalam ranah *community relations*, diantaranya sebagai berikut:

1. *Searching & Approach Community Partner*

Penulis setiap harinya melakukan pencarian *community partner* di media sosial berupa organisasi, komunitas, lembaga perusahaan, dan media yang potensial dan memiliki fokus pada pengembangan bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk melakukan kolaborasi dalam membuat sebuah acara webinar, pelatihan, hingga *talkshow*. Setelah mendapatkan calon yang potensial, penulis mendata kontak yang dapat dihubungi pada Google Sheets. Lalu penulis akan menghubungi calon *community partner* berdasarkan kontak yang tertera melalui Whatsapp, *E-mail*, atau *Direct Message* Instagram.

2. *Pitching & Dealing Community Partner*

Dalam proses mengajukan kerjasama dengan *community partner*, setelah menghubungi via media sosial, penulis akan melakukan rapat secara daring atau tatap muka berdasarkan kesepakatan. Pada rapat yang dilakukan, penulis akan mempresentasikan profil Shipper Indonesia dan mekanisme kerjasama yang marak dijalankan oleh tim Shipper. Selain itu, penulis juga yang menjelaskan konsep kolaborasi acara Shipper Indonesia kepada pihak calon *community partner*. Apabila pihak *community partner* tertarik dan setuju untuk melakukan kerjasama dengan Shipper Indonesia, penulis bertanggung jawab untuk membuat konsep acara, menyusun proposal, serta mengadakan rapat lanjutan untuk membahas *details* dari kolaborasi yang diperlukan. Hasil dari rapat yang telah dilakukan akan berbentuk MoM (*Minutes of Meeting*) yang berisi kesimpulan inti pembahasan rapat.

3.3.2 *Special Event*

Special event adalah sebuah acara, penampilan, pertunjukan, atau perayaan yang direncanakan untuk mencapai tujuan sosial maupun tujuan bersama. Ruslan (2016) menyatakan bahwa *Special Event* merupakan suatu acara yang umumnya diadakan demi menarik pandangan perusahaan dan klien pada produk atau jasa. Dalam Any Noor (2013), *Special Event* adalah sebuah acara spesial yang diadakan dalam merayakan hal penting selama kehidupan seseorang selaku individu maupun kelompok terkait dengan budaya, istiadat, keyakinan yang diadakan demi mencapai suatu target dan mengikutsertakan publik yang diadakan pada kurun tertentu.

Dalam lingkup divisi *Event & Community* pada Shipper Indonesia, *Special Event* menjadi program kerja yang paling mengalami dampak dari adanya pandemi Covid-19. Banyak sekali program kerja yang tertunda dikarenakan adanya pandemi ini seperti acara *roadshow*, inkubasi, dan sebagainya. Acara

seminar mingguan Shipper juga diadakan daring demi mendukung Pemerintah dengan menaati aturan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di Indonesia.

Aturan dan anjuran yang berlaku tentu memberikan pilihan acara yang sangat terbatas bagi seluruh penyelenggara acara, termasuk Shipper Indonesia. Maka dari itu, Shipper Indonesia tidak dapat menghadirkan peserta atau audiens acara pada seluruh acara yang dilangsungkan selama tahun 2021. Shipper Indonesia pada akhirnya memutuskan untuk berpacu kepada acara seminar daring atau webinar rutin bertajuk “Shipper Sellers Series”, acara komunitas, *coaching clinic*, dan *talkshow*. Seluruh acara yang dilaksanakan oleh Shipper bersifat daring dan semua audiens dari tempat masing-masing.

Seluruh anggota divisi *Event & Community* bertanggung jawab dalam merencanakan dan menyusun konsep sebuah acara. Penulis bertanggung jawab untuk berhubungan dengan pihak eksternal yakni *community partner* untuk menampung segala kebutuhan *community partner* dalam pelaksanaan acara, mulai dari melakukan rapat, menyusun materi dan proposal, memberikan arahan, memandu pelaksanaan gladi resik, hingga memastikan eksekusi acara berjalan dengan lancar dan sesuai pada perencanaan.

Penulis dipercayakan untuk dapat membantu pelaksanaan seluruh acara yang dilaksanakan oleh tim *Event & Community* Shipper Indonesia. Penulis berkesempatan untuk menjadi moderator dan pemateri dalam berbagai webinar yang diadakan. Lalu dalam pelaksanaannya apabila sedang tidak menjadi moderator atau pemateri, seluruh tim *Event & Community* Shipper Indonesia memiliki tanggung jawab untuk memegang satu peranan pada masing-masing webinar. Peran ini dibagi secara bergantian pada setiap acaranya, dan peran tersebut berupa menyortir pertanyaan audiens, menangani kolom *chatbox*, serta mempresentasikan materi dan video perusahaan.

Setiap pekan Shipper Indonesia selalu mengadakan acara berupa webinar setidaknya 3 acara dan maksimal 6 acara. Webinar yang diusung memiliki tema dan topik pembahasan yang bervariasi, akan tetapi mayoritas membahas mengenai

ruang lingkup *marketing*. Tema yang diangkat dari Shipper Indonesia biasanya seputar pengelolaan media sosial, penggunaan *digital marketing (ads)*, *copywriting*, *content marketing*, *business model canvas*, dan sebagainya. Setelah usai acara ada juga program kerja yang perlu dilakukan oleh penulis, yakni melakukan rapat bersama *community partner* untuk membahas evaluasi dan tanggapan dari *community partner* mengenai kolaborasi yang telah dilakukan. Lalu, penulis juga akan membahas kelanjutan acara apabila tanggapan positif dan pihak *community partner* berkenan.

Seluruh acara yang dilaksanakan oleh Shipper Indonesia tentunya memiliki maksud dan tujuan akhir. Tujuan utama Shipper Indonesia mengadakan webinar Shipper Sellers Series adalah menaikkan *awareness dan engagement* konsumen terhadap Shipper sehingga dapat menggunakan jasa dan layanan yang Shipper berikan. Selain itu, Shipper juga bertujuan untuk mengumpulkan data peserta agar dapat menawarkan produk Shipper melalui tim *Sales*.

3.3.3 *Copywriting*

Penyusunan kata hingga menjadi kalimat merupakan suatu hal yang penting untuk dapat menarik audiens untuk dapat membaca pesan yang disampaikan. *Copywriting* merupakan tahapan dalam menampilkan nilai serta manfaat yang ditawarkan oleh sebuah merek, sedangkan *Copywriter* adalah seseorang yang bertugas untuk menyusun, menciptakan, dan menafsirkan seni kata dalam periklanan (Moriarty, Mitchell, & Wells, 2011).

Dalam Kelppner's Advertising Procedure (Lane, King, & Reichert, 2011), Peran *copywriting* dalam menciptakan suatu iklan adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan strategi dalam kalimat yang baik :

Strategi yang dimaksudkan adalah bagaimana pesan iklan itu disusun pada suatu rangkaian kalimat. Pesan yang dibuat harus memiliki kalimat menarik dan berisi pesan dari iklan tersebut.

2. Menjangkau perasaan audiens :

Dalam *copywriting* harus dapat menggambarkan kalimat iklan yang bukan hanya bisa bicara, melainkan harus dapat menyentuh hati audiens lebih dalam sehingga audiens dapat mendengarkan dan mendapatkan efek yang lebih besar dari *copy* tersebut.

3. Menciptakan visual dalam kalimat iklan :

Visual pada kalimat iklan menggambarkan imajinasi yang terhubung dengan seseorang yang mengelola *copy* kepada sebuah *layout*. Kalimat iklan yang diberikan harus dapat memberikan imajinasi yang signifikan ditambahkan dengan visual dalam *layout* iklan.

Selama berkontribusi pada divisi *Event & Community* di Shipper Indonesia, penulis mengerjakan beberapa pekerjaan seputar *event copywriting*. *Copywriting* yang dibuat oleh penulis dalam hal ini adalah pesan yang ditujukan kepada audiens Shipper. *Copywriting* yang diciptakan berisi undangan dan *friendly reminder* mengenai acara webinar yang diberikan kepada audiens. Untuk undangan, pesan berisikan penjelasan acara seperti tema, pemateri, waktu pelaksanaan, dan tautan pendaftaran. Pada *friendly reminder*, berisikan pengingat acara yang juga terdapat tema, pemateri, waktu pelaksanaan, serta tautan akses acara. Pekerjaan *copywriting* ini penulis kerjakan mingguan karena bergantian dengan rekan kerja yang lain pada setiap acaranya.

3.3.4 *Content Marketing*

Content Marketing adalah teknik pemasaran dengan cara merancang dan memberikan konten yang bermanfaat, terkait, dan konsisten untuk dapat menarik serta meraih target audiens yang sesuai sehingga dapat memperoleh keuntungan dari audiens (Pulizzi, 2014). Dalam *30-Minute Social Media Marketing*, *Content Marketing* merupakan proses tidak langsung dan langsung untuk mempromosikan

bisnis atau merek melalui teks, gambar, atau video yang bernilai tambah baik secara *online* maupun *offline* (Gunelius, 2011).

Pada pekerjaan *content marketing* di divisi *Event & Community Shipper Indonesia*, terdapat beberapa tahap yang dilakukan penulis dalam menyusun materi konten untuk diberikan saat berlangsungnya acara. Tahap pertama yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan riset mengenai topik acara, kedua setelah melakukan riset penulis menyatukan hasil riset dalam sebuah dokumen, dan terakhir seluruh dokumen yang terkumpul akan disusun secara terstruktur oleh penulis sebagai konten materi presentasi yang akan dibawakan oleh pemateri atau narasumber pada acara webinar *Shipper Sellers Series*.

3.3.5 Direct Marketing

Direct Marketing adalah sistem pemasaran yang memanfaatkan berbagai media periklanan agar dapat berinteraksi langsung dengan target konsumen. Interaksi yang dilakukan dapat menggunakan *email*, telepon, atau media sosial untuk dapat meraih pelanggan secara langsung sehingga mampu mendapatkan tanggapan (Kotler & Armstrong, 2012). Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam mempengaruhi pertukaran barang dan jasa dengan pembeli, memberikan upaya kepada sasaran audiens, menggunakan satu atau lebih media yang bertujuan meraih tanggapan melalui telepon, *email*, atau kunjungan pribadi dapat disebut pemasaran langsung atau *direct marketing* (Belch & Belch, 2012).

Ada banyak jenis dari *direct marketing* yang diterapkan oleh *Shipper Indonesia*, namun pada divisi *Event & Community*, penulis menerapkan pemasaran acara melalui *email marketing*, dan juga *Whatsapp blasting*. Pekerjaan *direct marketing* merupakan pekerjaan yang setiap hari penulis lakukan tanpa terkecuali selama masa kerja karena pekerjaan ini adalah hal utama yang dilakukan oleh divisi *Event & Community* untuk dapat mengundang audiens untuk berpartisipasi pada setiap acara yang diadakan oleh *Shipper Indonesia*.

Pada pelaksanaannya *direct marketing* berupa undangan akan diberikan maksimal lima hari sebelum acara berlangsung berdasarkan pada *database* yang tersedia, sedangkan untuk *friendly reminder* akan diberikan pada hari acara berlangsung tepatnya tiga sampai enam jam sebelum acara berjalan. Undangan acara Shipper Indonesia diberikan melalui whatsapp *blasting*, dan *friendly reminder* akan diberikan melalui *email* serta whatsapp setelah peserta melakukan pendaftaran.

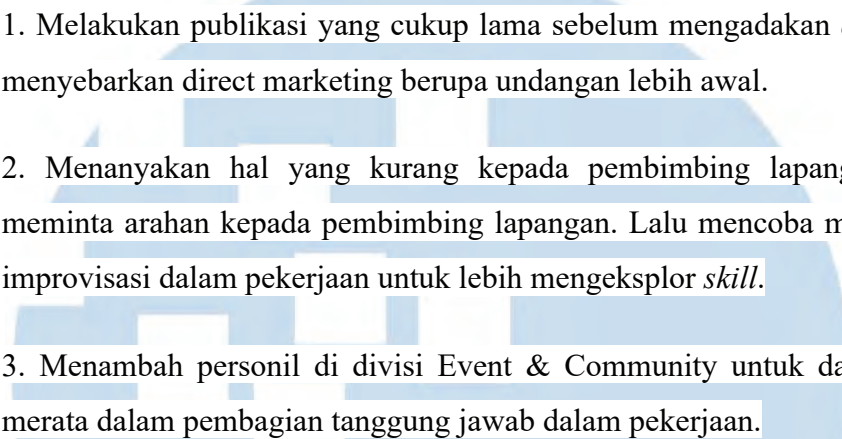
3.4 Kendala Selama Praktek Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis berlangsung dari tanggal 10 Agustus hingga 10 November 2021 di PT. Shippindo Teknologi Logistik (Shipper Indonesia). Pada masa periode magang kurang lebih 4 bulan, penulis merasakan beberapa kendala yang menghambat pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis. Berikut terdapat beberapa kendala yang penulis alami :

1. Dalam pelaksanaan webinar, terkadang audiens yang datang kurang dari target peserta yang ditentukan oleh tim Shipper Indonesia karena publikasi cukup mendadak.
2. Penulis sering tidak mendapatkan *briefing* lengkap ketika mendapatkan sebuah pekerjaan yang diberikan.
3. Divisi *Event & Community* memiliki personil yang kurang apabila ditinjau dari segi pekerjaan yang harus dilakukan dan *event* yang diadakan.

3.5 Solusi Atas Kendala

Dengan adanya kendala yang menjadi penghambat penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis menerapkan beberapa langkah yang menjadi solusi bagi masalah yang ada. Berikut terdapat solusi dari kendala di atas :

- 
1. Melakukan publikasi yang cukup lama sebelum mengadakan *event* dan menyebarkan direct marketing berupa undangan lebih awal.
 2. Menanyakan hal yang kurang kepada pembimbing lapangan serta meminta arahan kepada pembimbing lapangan. Lalu mencoba melakukan improvisasi dalam pekerjaan untuk lebih mengeksplor *skill*.
 3. Menambah personil di divisi Event & Community untuk dapat lebih merata dalam pembagian tanggung jawab dalam pekerjaan.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA