

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama 60 hari masa praktik kerja magang di PT. Rahasia Gadis Nusantara, penulis mendapatkan posisi sebagai *Account Executive Intern* yang berada dibawah departemen *Sales and Account*. Departemen ini dipimpin oleh seorang *Supervisor / Manager* yaitu Maria Lynch, yang sekaligus menjadi pembimbing lapangan atau *user* bagi penulis. Dengan diberikannya kesempatan menjadi *Account Executive Intern*, penulis memiliki tugas yang sekaligus menjadi tanggung jawab utama yaitu menjaga serta menjalin hubungan yang baik dengan pihak klien. Skill komunikasi baik dalam setiap aktivitasnya sangat penting bagi seorang *Account Executive*, karena ialah yang menjadi garda terdepan perusahaan ketika terdapat beberapa pihak eksternal yang ingin berkomunikasi terkait informasi perusahaan. Pembimbing lapangan yaitu *Sales and Account Manager* turut membantu serta mengawasi peserta kerja magang dalam proses dan alur kerja seorang *Account Executive*. Kedudukan posisi penulis sebagai *Account Executive* di Rahasia Gadis, memberikan penulis kesempatan untuk berkoordinasi secara langsung untuk perusahaan, yaitu mengetahui beberapa istilah dalam bidang pekerjaan *Marketing Communication* yang sebelumnya belum diketahui penulis.

Account Executive memegang peran penting dalam setiap aktivitas perusahaan, karena ialah yang menjadi jembatan antara pihak tim internal Rahasia Gadis, yang meliputi; *product owner, content team dan community team* dengan pihak eksternal yaitu meliputi; klien atau pihak eksternal lainnya. *AE* di PT Rahasia Gadis merupakan seseorang yang pertama kali berhubungan serta melakukan deal dengan klien. *Account Executive* turut berkomunikasi dengan pihak *finance* untuk urusan keuangan serta pajak perusahaan, yang mana informasi tersebut dibutuhkan klien dalam rangkaian aktivitas kerja sama dengan pihak Rahasia Gadis.

Di PT Rahasia Gadis, *Account Executive* juga mempunyai *objective* untuk menghasilkan profit atau keuntungan bagi perusahaan. Maka dari itu, kegiatan seorang *AE* di PT Rahasia Gadis tidak terlepas dari kepentingan berbagai klien.

Selain itu, seorang *AE* memiliki tanggung jawab untuk mengontrol alur kinerja tim internal agar brief yang disampaikan klien diterima jelas oleh tim internal, serta terjadi kesepahaman dan kesepakatan antara tim internal perusahaan dengan klien. *Account Executive* harus ahli dalam mengelompokkan atau memilah mana klien yang harus di prioritaskan. Dengan beberapa tujuan dari *AE* yaitu untuk meningkatkan penjualan dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, PT Rahasia Gadis juga mengutamakan bekerja sama dengan klien yang mempunyai tujuan untuk mengedukasi para gadis di Indonesia, jadi bukan hanya sekedar konten hiburan semata tetapi menjadi konten yang bermanfaat bagi para gadis di Indonesia.

Dalam alur kerjasama yang berawal dari komunikasi dengan pihak eksternal khususnya klien, hingga menjadi *output* berupa konten-konten kreatif di berbagai kanal media Rahasia Gadis, *Account Executive* berperan dalam setiap rangkaian aktivitas klien. Dalam percakapan pertamanya, seorang *AE* akan membicarakan konsep kerja sama secara garis besar dengan klien seperti membahas proposal serta beberapa *Scope of Work (SOW)* dari klien. Penulis sebagai *Account Executive* harus dapat memahami apa yang diajukan klien, lalu menawarkan beberapa *rate card* atau daftar tarif yang digunakan perusahaan jika ada brand atau klien yang akan *Tap-in* atau *placement* di beberapa kanal media Rahasia Gadis. *Account Executive* sekaligus ikut serta dalam menyumbang serta menyarankan berbagai ide/inisiatif untuk klien. Saat sudah terjadi deal dengan klien, biasanya seorang *AE* akan membrief tim konten dan tim terkait lainnya serta berkomunikasi dengan divisi *finance and accounting* untuk mengurus segala pembayaran klien.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Menjadi seorang *Account Executive Intern* merupakan divisi daripada PT Rahasia Gadis Nusantara yang dibawah departemen *Sales and Account*, memiliki fungsi utama untuk menjembatani klien dengan perusahaan agar terjalinnya hubungan bisnis serta komunikasi yang baik dengan klien. Dalam melakukan tugasnya, penulis telah menangani banyak brand dengan berbagai jenis pekerjaan sebagai *Account Executive* di PT Rahasia Gadis Nusantara yang dijabarkan pada tabel berikut :

Tabel 3.1 Aktivitas Kerja Magang

| MINGGU KE | JENIS PEKERJAAN YANG DILAKUKAN MAHASISWA |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | <ul style="list-style-type: none">• Mempelajari serta memahami company profile dari PT Rahasia Gadis Nusantara• Membuat folder khusus yang berisikan file-file penting di Rahasia Gadis seperti ratecard• Mempelajari serta mencoba menjawab beberapa pesan dari klien di akun media sosial Rahasia Gadis• Mempelajari file Rahasia Gadis – Commercial 2021 berupa google spreadsheet, yang berisikan; client daily log, master client list, calendar sponsor dan sub file lainnya terkait timeline klien dari Rahasia Gadis yang harus diperhatikan• Melakukan pemilihan serta pengecekan dengan beberapa kriteria untuk pemenang giveaway dari brand Neogen Dermalogy• Mendisposisikan beberapa barang yang akan dikirim ke beberapa gadis dari komunitas Rahasia Gadis |

| | |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Menghadiri google meeting dengan beberapa klien brand yaitu Honda dan Uniqlo • Mempelajari dan melakukan pembuatan Minutes of Meeting (MOM) saat meeting berlangsung • Menghandle brand Aura Bright (termasuk mengupdate deck untuk di approve klien sebelum konten akan di tayangkan di media sosial Instagram Rahasia Gadis) • Membuat format pesan atau caption untuk Direct Message pemenang giveaway Neogen Dermalogy x Rahasia Gadis • Menyusun Report brand Sariayu |
| 2 | <ul style="list-style-type: none"> • Menjadwalkan dan membuat invitation meeting untuk product owner Rahasia Gadis terkait kerja sama dengan brand Ternak Uang • Menghadiri google meeting dengan klien dari Ternak Uang serta membuat MOM dari meeting tersebut • Mempelajari isi dari beberapa paket ratecard dari Rahasia Gadis • Menginput beberapa klien yang telah di follow up ke dalam sheet ‘master client list’ dan mengupdatenya di ‘client daily log’ • Merespon semua klien yang menghubungi Rahasia Gadis terkait berbagai macam bentuk kerja sama yang diajukan klien (Natur, Female Daily, Nacific, Musica Studio, Sebamed, dll) • Mempelajari semua SOW dari klien dan memberikan feedback ke beberapa klien seperti memberikan ratecard dan lainnya |

| | |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Mempelajari sekaligus membuat quotation untuk brand Cosmopolitan • Menghandle calendar sponsor untuk mentracking tanggal serta waktu untuk brand Cosmopolitan akan up di media sosial Rahasia Gadis • Membantu beberapa pilar untuk melakukan proses shoot konten video youtube |
| 3 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat report brand Rayou skin x Rahasia Gadis dari media sosial Instagram Rahasia Gadis • Menghandle brand Aura Bright (termasuk mengupdate deck untuk di approve klien sebelum konten akan di tayangkan di media sosial Instagram Rahasia Gadis) • Menghadiri meeting dengan Musicas Studios serta membuat MOM sebagai bukti meeting • Menghadiri sales meeting Rahasia Gadis • Menghadiri meeting dengan brand Bio Beuaty Lab sekaligus membuka meeting tersebut |
| 4 | <ul style="list-style-type: none"> • Menghadiri meeting dengan Ternak Uang yang kedua kali dan membuat MOM • Menghadiri WIP Rahasia Gadis Sales Account untuk membahas WIP (Work In Progress) department sales and account • Mempelajari serta melakukan request invoice ke department Finance and Account • Membahas serta menjelaskan beberapa ratecard dengan beberapa klien |

| | |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | <ul style="list-style-type: none"> • Menginput beberapa klien yang telah di follow up ke dalam sheet 'master client list' dan mengupdatenya di 'client daily log' • Melakukan report pembayaran klien ke divisi finance untuk memverifikasi bahwa klien telah melunasi pembayaran • Membuat Report untuk brand Pigeon Teens • Membuat Report brand UNIQLO • Mempelajari drive 'deal client' • Menginput quotation dan invoice ke folder deal client yang telah dibuat untuk beberapa klien yang ditangani seperti Cosmopolitan • Melakukan pemilihan serta pengecekan dengan beberapa kriteria untuk pemenang giveaway dari brand Harlette dan Pigeon Teens |
| 6 | <ul style="list-style-type: none"> • Training synergo untuk keperluan absensi internship di Bali United • Membuat Report Cosmopolitan • Menghandle brand Sebamed, menerima brief serta SOW dari klien Sebamed • Mendisposisikan beberapa barang yang akan dikirim ke beberapa gadis dari komunitas Rahasia Gadis • Menginput beberapa klien yang telah di follow up ke dalam sheet 'master client list' • Melakukan pengecekan Calendar Sponsor untuk melihat timeline brand dari klien |

| | |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7 | <ul style="list-style-type: none"> • Menghadiri meeting sales and account Rahasia Gadis • Membuat report wardah • Merespon beberapa klien dan menginputnya di 'master client list' • Membuat list pertanyaan di docs terkait pertanyaan yang berkaitan dengan kebutuhan klien untuk <i>tap-in</i> • Menanyakan beberapa perihal klien ke product owner Rahasia Gadis |
| 8 | <ul style="list-style-type: none"> • Menghandle brand La Roche • Melakukan WIP meeting dengan VP Commercial dari PT Kreasi Karya Bangsa • Merespon klien aplikasi helo • Menjelaskan Terms and Condition kerja sama dengan PT Rahasia Gadis dengan klien dari level Indonesia • Memberikan serta menjelaskan ratecard ke beberapa brand seperti Maybelline, JD.ID, Sebamed • Menjelaskan konsep kerja sama dengan Rahasia Gadis ke beberapa NGO |
| 9 | <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan brief dengan tim konten Rahasia Gadis terkait konten giveaway brand Sebamed • Membuat Quotation dan Invoice brand Sebamed • Menginput beberapa klien yang telah di follow up ke dalam sheet 'master client list' dan mengupdatenya di 'client daily log' • Membuat report bukti tayang untuk brand Pristine • Membuat report Siminvest |

| | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10 | <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan approve materi dari klien La Roche untuk di post di media sosial Rahasia Gadis • Mendata serta membuat kartu alamat pengiriman barang untuk beberapa gadis yang merupakan pemenang giveaway • Menghadiri meeting dengan brand V&Co Jewellery dan IKIgai consulting dengan turut membuat MOM • Melakukan pertemuan dengan semua divisi yang ada di PT Rahasia Gadis untuk membahas creative brief dan semua file yang berkaitan dengan keperluan pekerjaan kantor maupun keperluan klien • Membuat quotation untuk brand La Roche • Memberikan brief brand La Roche ke tim konten • Membuat timeline untuk brand La Roche serta drive 'deal client' untuk mencakup semua brief klien agar mudah disamoaikan ke tim konten |
| 11 | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat report Buana Capital dan Rayou • Memberitahu klien La Roche bahwa penagihan invoice di awal januari karena PT Rahasia Gadis akan tutup buku • Mengadiri Media Gathering Skin Dewi • Menjadi divisi regristrasi dalam event nonton bareng bersama para gadis di komunitas rahasia Gadis • Memberikan pilihan alternatif untuk beberapa klien • Memberikan pilihan ratecard serta beberapa referensi activity yang dirasa tepat untuk beberapa klien |

| | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12 | <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pengecekan nama di gform gadis di komunitas Rahasia Gadis untuk product review Bio Beauty Lab • Menghandle brand Ternak Uang • Menerima brief dari klien Ternak Uang • Membrief tim komunitas dan tim konten untuk materi terkait Ternak Uang • Memastikan brief klien La Roche dan melakukan brief ulang ke tim konten serta melakukan approval klien untuk konten yang akan di up di media sosial Rahasia Gadis • Membuat Report Emina • Memberikan ratecard dan menerima beberapa SOW dari klien brand Rexona untuk campaign 2022 • Merespon klien IM3 Oreedoo terkait kolaborasi dengan Rahasia Gadis • Menerima brief serta deck dari Dove yang mengajukan kerja sama untuk campaign 2022 • Menjadi PIC di event klien Bogasari |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

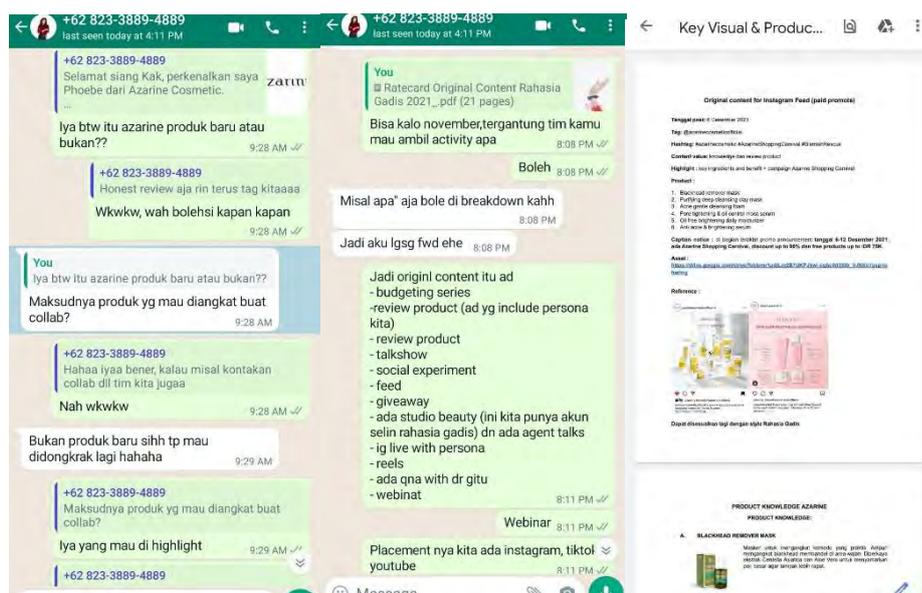
3.3.1 PR Campaign

Kampanye merupakan kegiatan yang dijalankan secara sadar demi menunjang proses pelaksanaan yang terperinci dengan periode tertentu secara spesifik, kegiatan kampanye ini bertujuan untuk mempengaruhi khalayak yang menjadi sasaran sebuah perusahaan atau organisasi dari kampanye.

Salah satu jenis kampanye yang dijelaskan oleh Charles U. Larson Ruslan adalah *Product-Oriented Campaign*, yaitu kegiatan dalam kampanye humas yang

berorientasi pada produk. Kampanye jenis ini kerap dilakukan dalam bentuk kegiatan komersial, promosi pemasaran untuk suatu produk maupun peluncuran/*launching* produk baru (Ruslan, 2008, pp. 25-26).

Dalam praktik kerja magang, penulis telah menangani beberapa *campaign* yang memiliki objektif atau fokus tujuan untuk meningkatkan *awareness* dan *sale* dari produk/merek dari klien.



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

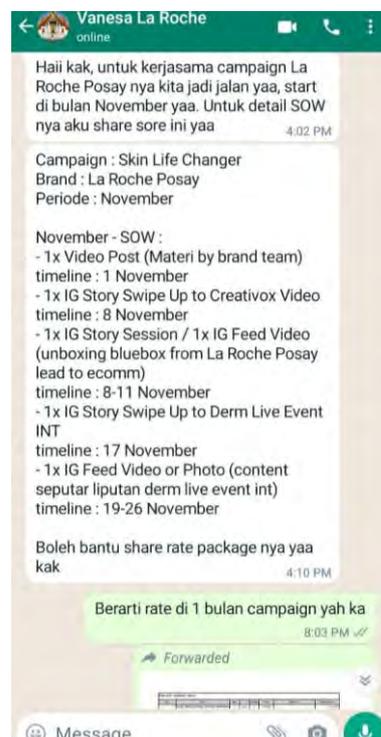
Gambar 3.1 Brief Brand Azarine

Model RACE oleh John Marston yang dikembangkan oleh Ajihson adalah model yang diusulkan dengan tujuan menyelesaikan masalah terkait reputasi. Model ini digunakan sebagai solusi untuk menghindari reputasi negatif sebuah merek. Model RACE menginginkan tindakan yang cepat serta segera saat keadaan darurat. Terdapat empat langkah yang harus dilakukan untuk menjalankan model ini (Kasali, 2003, pp. 6-10). :

1. *Research* (riset)

Riset sangat penting dilakukan dalam model ini, dikarenakan demi menghindari resiko yang dapat merusak reputasi. Dalam praktik magang,

riset terhadap suatu produk dari klien perlu dilakukan dengan detil dan jelas. Sehingga, *brief* yang diterima serta akan diteruskan ke tim konten dapat dimengerti. Riset pada tahap ini, merupakan langkah dimana seorang *Account Executive* berdiskusi dengan klien terkait *brief* dan *Scope of Work* dari *event* atau *campaign* yang sedang dijalankan agar tidak terjadi salah paham antar kedua belah pihak, sehingga konten yang dihasilkan untuk diunggah ke kanal media. Dalam hal ini penulis sebagai *Account Executive* melakukan riset terhadap brand *La Roche Posay* serta meminta kejelasan *brief* berupa proposal.



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.2 SOW Brand La Roche Posay



LIFE CHANGING
DERMATOLOGICAL
SKINCARE



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.3 Research La Roche Posay



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.4 Proposal La Roche Posay

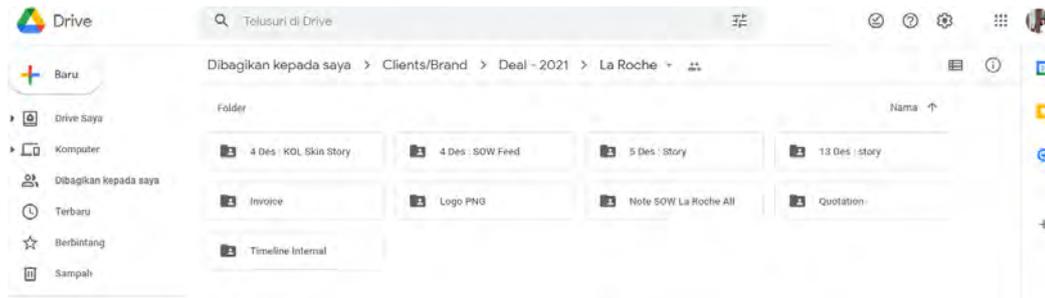
2. Action (aksi)

Pada tahap ini, seorang *PR* harus fokus terhadap perencanaan program setelah riset dilakukan. Dalam tahap ini juga menetapkan tujuan atau objektif dari perencanaan kegiatan kampanye. Dalam praktik kerja magang di lapangan, penulis sebagai *Account Executive* di Rahasia Gadis melalui proses perencanaan. Dalam proses tersebut meliputi beberapa hal yang harus sudah diketahui oleh penulis yaitu; *target audiens*, *objective*, *Scope of Work*, *Rate Card*. Dalam tahap ini penulis juga harus memberikan solusi atas permasalahan dari klien, menjelaskan *Rate Card* dari Rahasia Gadis, proses pembayaran, ide maupun inisiatif untuk *activity* yang diambil klien. Selain memberikan *Rate Card* untuk klien, penulis sebagai *AE* juga membuat *drive* sebagai sketsa untuk *approval* klien. Di tahap ini penulis juga melakukan *brief* yang disampaikan klien ke tim konten serta divisi terkait.

| 1. Budgeting Series | | | | | | 2. Review Product | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----------------------------|-----|------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------|-----|---------------|-----|---------------|-----------------------------|---|--|---|--|---|--|------------------------------|---|-----------------------------|---|------------------------------------|---|-------------------------------------|-------------------------------|---|--|---|--|---|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|----------|-----|---------------|-----|---------------|-----|---------------|------------------------------------------------------------------|---|--|---|--|---|--|--|--|----------------------------|---|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| Native Still Instagram | | | | | | Native Stories Instagram | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Budgeting Series by Rahasia Gadis</p> <p>Edukasi komunitas Rahasia Gadis tentang pentingnya financial planning untuk kebutuhan sehari-hari. Setiap minggu akan ada satu budgeting content tentang topik yang lagi hangat atau penting bagi para gadis</p> <p>Output</p> <ul style="list-style-type: none"> Content creation: Feed IG (still) 1x/week 5-6 slides carousel Media Placement <p>KPI Impression: 100.000/post</p> | | | | | | <p>Review Product by Rahasia Gadis</p> <p>Membuat konten review 4 - 5 slide stories yang membahas mengenai kelebihan product yang sedang di highlight.</p> <p>Output</p> <ul style="list-style-type: none"> Content creation: Review Product 1x story (3 - 4 slides) Media Placement <p>KPI Impression 50.000/total post</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>CATEGORY</th> <th>QTY</th> <th>PAKET 1 BULAN</th> <th>QTY</th> <th>PAKET 2 BULAN</th> <th>QTY</th> <th>PAKET 3 BULAN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Native Feed Still Instagram</td> <td>2</td> <td></td> <td>4</td> <td></td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Instagram Feed @rahasiagadis</td> <td>2</td> <td>Normal Price Rp. 18.000,000</td> <td>4</td> <td>5% off Discounted Price 34.200,000</td> <td>6</td> <td>15% off Discounted Price 45.900,000</td> </tr> <tr> <td>Instagram Story @rahasiagadis</td> <td>2</td> <td></td> <td>4</td> <td></td> <td>6</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | CATEGORY | QTY | PAKET 1 BULAN | QTY | PAKET 2 BULAN | QTY | PAKET 3 BULAN | Native Feed Still Instagram | 2 | | 4 | | 6 | | Instagram Feed @rahasiagadis | 2 | Normal Price Rp. 18.000,000 | 4 | 5% off Discounted Price 34.200,000 | 6 | 15% off Discounted Price 45.900,000 | Instagram Story @rahasiagadis | 2 | | 4 | | 6 | | <table border="1"> <thead> <tr> <th>CATEGORY</th> <th>QTY</th> <th>PAKET 1 BULAN</th> <th>QTY</th> <th>PAKET 2 BULAN</th> <th>QTY</th> <th>PAKET 3 BULAN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Content Review Product Placement Instagram Stories @rahasiagadis</td> <td>1</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td>3</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Normal Price Rp. 5.000,000</td> <td>2</td> <td>5% off Discounted Price 9.500,000</td> <td>3</td> <td>15% off Discounted Price 12.750,000</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | CATEGORY | QTY | PAKET 1 BULAN | QTY | PAKET 2 BULAN | QTY | PAKET 3 BULAN | Content Review Product Placement Instagram Stories @rahasiagadis | 1 | | 2 | | 3 | | | | Normal Price Rp. 5.000,000 | 2 | 5% off Discounted Price 9.500,000 | 3 | 15% off Discounted Price 12.750,000 |
| CATEGORY | QTY | PAKET 1 BULAN | QTY | PAKET 2 BULAN | QTY | PAKET 3 BULAN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Native Feed Still Instagram | 2 | | 4 | | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Instagram Feed @rahasiagadis | 2 | Normal Price Rp. 18.000,000 | 4 | 5% off Discounted Price 34.200,000 | 6 | 15% off Discounted Price 45.900,000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Instagram Story @rahasiagadis | 2 | | 4 | | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CATEGORY | QTY | PAKET 1 BULAN | QTY | PAKET 2 BULAN | QTY | PAKET 3 BULAN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Content Review Product Placement Instagram Stories @rahasiagadis | 1 | | 2 | | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Normal Price Rp. 5.000,000 | 2 | 5% off Discounted Price 9.500,000 | 3 | 15% off Discounted Price 12.750,000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

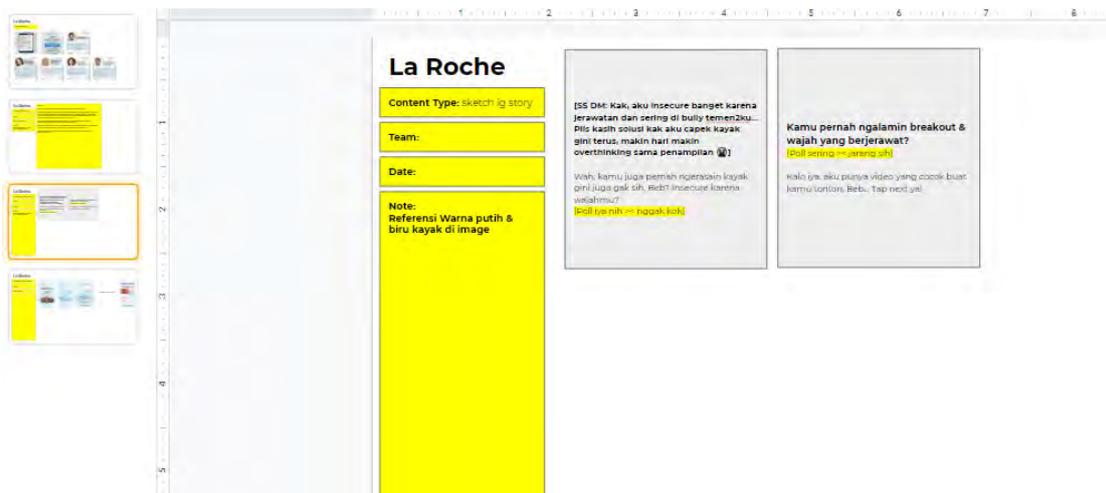
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.5 Rate Card PT Rahasia Gadis Nusantara



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.6 Drive Aset Brand La Roche Posay



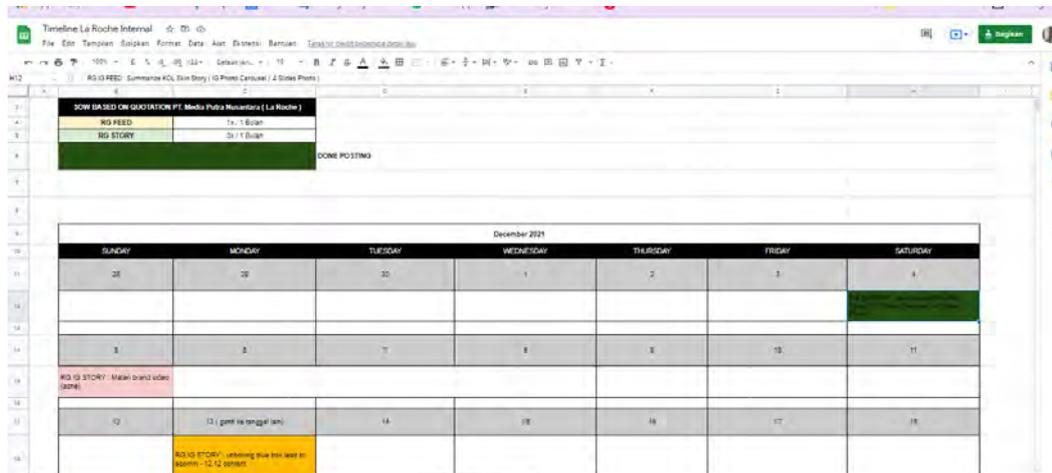
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.7 Draft La Roche Posay

3. *Communication Tactic*

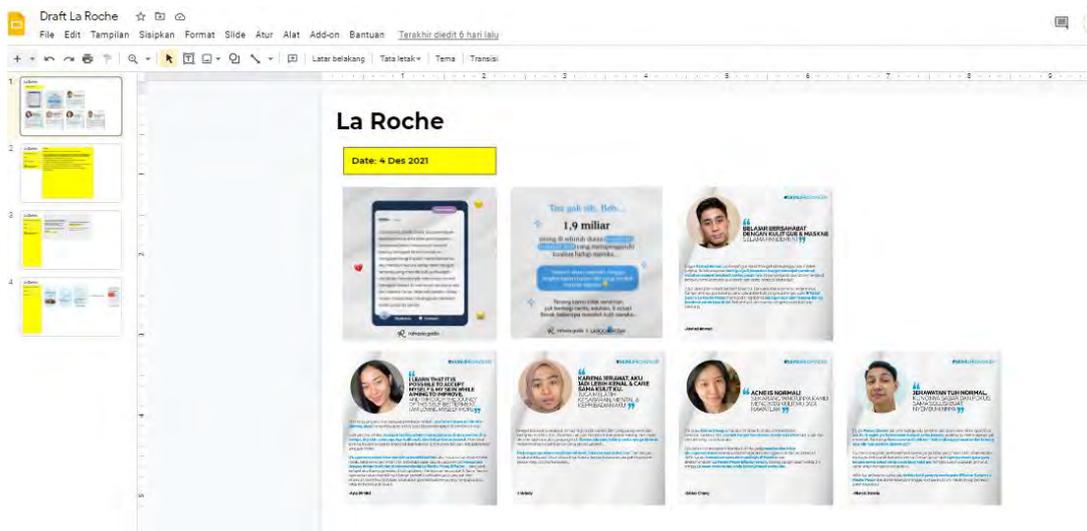
Pada tahap ini mengkomunikasikan serta merupakan tahap implementasi dari *planning* atau rencana yang sudah dibuat. Bagaimana mengkomunikasikan strategi yang diterapkan untuk menciptakan reputasi. Dalam praktik kerja magang, penulis sudah membuat *plan* berupa *timelne internal* yang dapat diakses beberapa divisi terkait, agar konten yang di unggah sesuai dengan tanggal yang ditetapkan. Serta peran penulis sebagai *Account Executive* di tahap ini memastikan bahwa setiap konten di unggah ke berbagai kanal media yang ditentukan pada timeline. Pada tahap ini postingan untuk di unggah ke kanal media sosial Rahasia Gadis sudah di

approve atau sudah dapat persetujuan oleh klien dan penulis akan mengingatkan tim konten untuk di unggah.



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.8 Timeline Internal La Roche Posay



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.9 Key Visual La Roche Posay 4 Desember

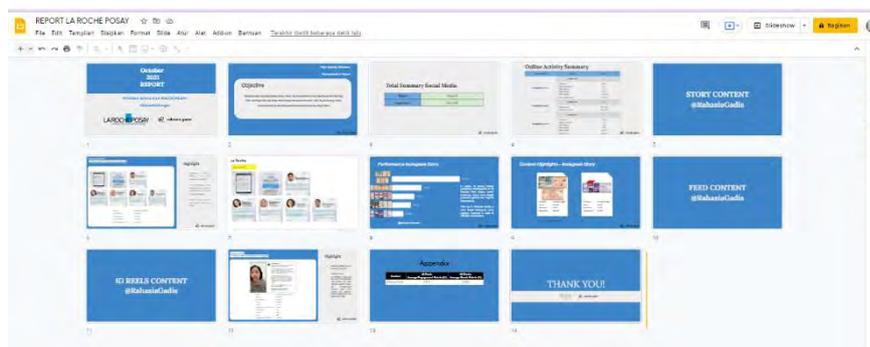
4. Evaluation

Evaluasi adalah tahap akhir dari model ini, yang mana seluruh proses akan menentukan kapan tujuan yang ditetapkan terpenuhi. Pada tahap ini penulis membuat *reporting deck* atau berupa laporan yang berisi *insight* dari beberapa postingan yang telah diunggah, seperti *Instagram story* dan *Instagram Feeds* dari La Roche Posay. Penulis harus memastikan apakah konten tersebut mencapai KPI yang sesuai dalam perjanjian dengan klien, jika tidak penulis sebagai *AE* dari Rahasia Gadis akan memberikan alternatif seperti memberikan konten tambahan kepada klien.



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.10 Instagram Insight La Roche Posay



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.11 Report La Roche Posay

3.3.2 Four Phases with Nine Steps of Strategic Public Relations

Seiring berjalannya waktu, banyak muncul teori baru dan perkembangan dari teori sebelumnya. Salah satu teori yang berkembang adalah teori Smith RD didalam bukunya yang berjudul *Strategic Planning for Public Relations*, yang dimana Smith memetakan proses perencanaan strategi *Public Relations* menjadi empat fase yang dijabarkan dalam sembilan langkah agar lebih spesifik dan detail. Fase tersebut antara lain meliputi, fase awal yaitu riset formatif, fase strategis, fase taktik dan yang terakhir adalah evaluasi.

Sembilan tahap pembuatan perencanaan komunikasi strategis, terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk memastikan sebuah rencana yang telah dirancang berjalan dengan baik. Hal ini dilakukan agar dalam penyusunannya dapat terintegrasi dengan berlandaskan tujuan, modal, dampak serta aset yang sama. Perencanaan strategis dituntut untuk dapat mengakomodir penggunaan alat komunikasi yang sangat beragam serta terhubung dengan audiens atau target market dalam ranah yang lebih interpersonal serta interaktif dengan perkembangan media digital saat ini (Smith, 2017, p .61)

9 tahap untuk menjelaskan runtutan alur atau proses perencanaan komunikasi ini nantinya dapat dikembangkan serta disesuaikan dengan situasi yang terjadi di lapangan langsung nantinya, sehingga teori ini fleksibel dan dapat dilakukan sebagai variasi serta penyesuaian terhadap perkembangan (Smith, 2017, p. 62)

3.3.2.1 Langkah Pertama : *Analyzing the Situation*

Langkah yang mana termasuk fase pertama atau dalam fase *formative research*, merupakan tahap yang menjadi penentu keberhasilan suatu program yang akan dijalankan (Smith, 2017,p.68). Praktisi PR dalam hal ini juga harus dapat melihat melalui berbagai banyaknya sisi, baik sisi internal maupun sisi eksternal atau dapat dilihat dari sisi persepsi publik terhadap perusahaan. Hal ini dilakukan dengan analisis publik yang akan mengidentifikasi *stakeholders* kunci atau utama dari organisasi atau dari kampanye yang akan berjalan, dimulai dari *Key opinion leader* (*KOL*), rasa keinginan, kebutuhan, ketertarikan yang disertai

ekspektasi publik dan berbagai manfaat yang ditawarkan kepada publik. Pada bagian ini analisis dapat dilakukan dengan 5W + 1H yang menghasilkan *issue statement* untuk kebutuhan lanjutan. Hal ini akan mempermudah menjawab isu utama yang akan dihadapi (Smith, 2017, p .89)

Sebelum penulis melakukan *online meeting* dengan klien, salah satu strategi yang digunakan dengan melakukan *research* terhadap brand tersebut. Broom dan Dozier dalam Wilcox, Cameron and Reber (2014, p. 149) menjelaskan bahwa riset adalah pengendalian, objektif dan pengumpulan informasi secara sistematis yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh pemahaman. Penulis melakukan riset dengan jenis :

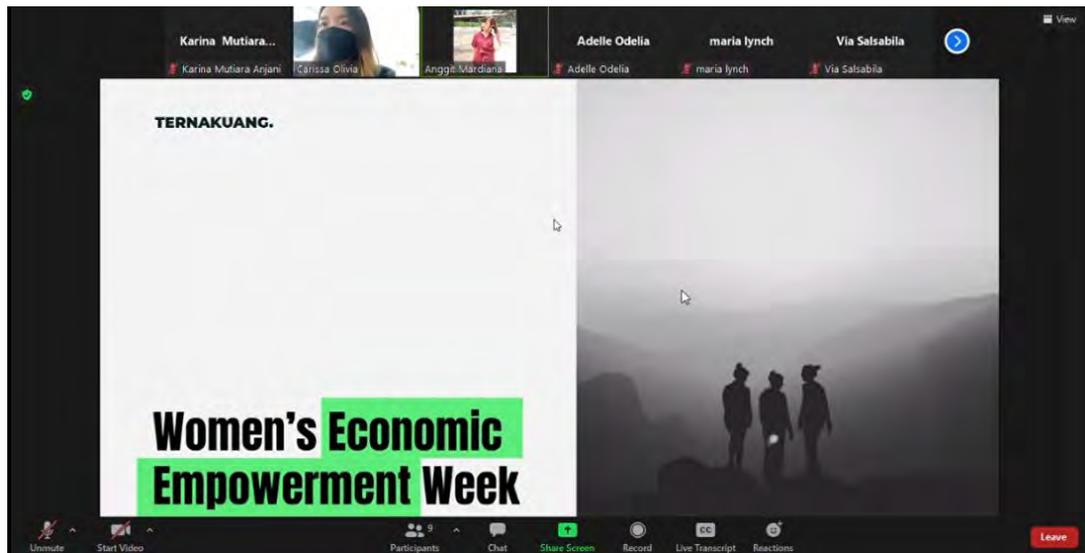
a. *Secondary Research*

Penulis melakukan riset sekunder yang dihasilkan dari artikel, *electronic database* dan media sosial dari brand. *Research* yang dilakukan penulis menghasilkan beberapa informasi yang meliputi; situs *e-commerce*, bentuk promosi yang telah brand lakukan, KOL dari brand, dan kompetitor.

b. *Qualitative Research*

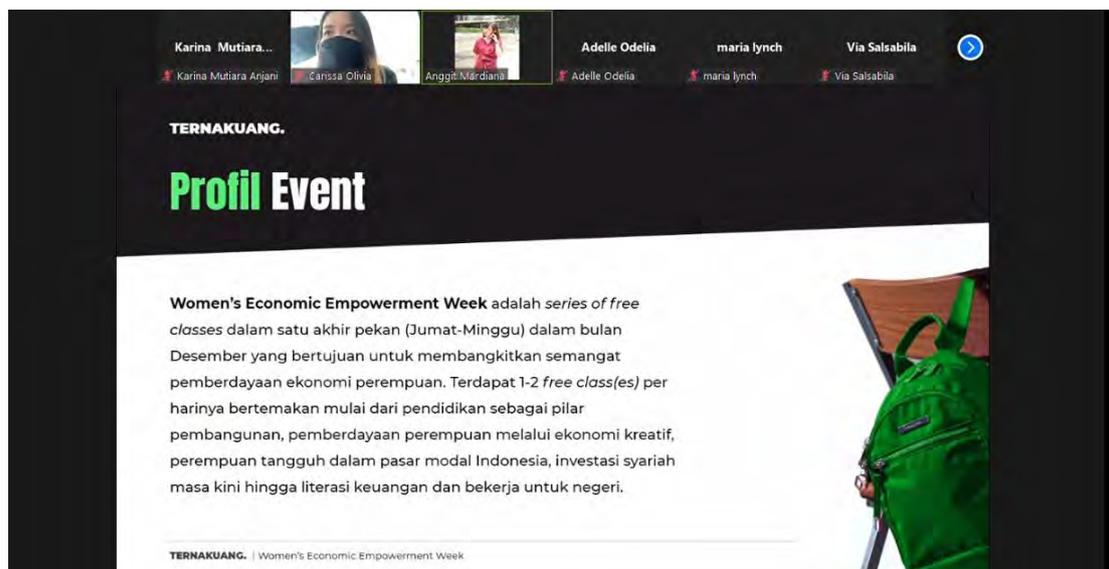
Riset dengan jenis ini dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi brand dari klien dengan cara wawancara atau FGD. Penulis menjadwalkan *online meeting* untuk brand, lalu mendiskusikan serta melontarkan beberapa pertanyaan yang seringkali ditanyakan seperti; “Apakah *objective* dari brand anda?”. Hasil riset dari *online meeting* tersebut dikumpulkan guna memudahkan pembuatan ide kampanye kreatif oleh penulis sebagai *Account Executive* di dalam laporan ini.

Salah satu contoh, penulis melakukan riset untuk brand yang merupakan klien dari Rahasia Gadis yaitu Ternak Uang. Berdasarkan *Minutes of Meeting (MOM)* yang penulis buat, penulis mendapatkan *product knowledge* bahwa Ternak Uang merupakan platform *education technology* yang fokus kepada informasi finansial yang mempunyai objektif untuk menjadi Platform Digital Nomor 1 untuk Belajar Investasi dilengkapi dengan Puluhan Modul & Riset Mendalam Dimanapun, Kapanpun. Ternak Uang juga memberikan edukasi dan pembekalan yang tepat kepada investor muda. Dalam tahap ini, perusahaan dan klien saling memahami *background* masing-masing perusahaan.



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.12 Online Meeting Rahasia Gadis x Ternak Uang



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.13 Proposal Ternak Uang

| | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------|---------------|-------------|----------------|------|-------------|-----|--|------|--|-------|
| 1 | Title | Ternak Uang | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Place | Zoom Meeting | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Date | 15 Oktober 2021 | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Attendees | <table border="0"> <tr> <td>Ternak Uang</td> <td>Rahasia Gadis</td> </tr> <tr> <td>Carissa Citra</td> <td>Andre Datta</td> </tr> <tr> <td>Jagga Satriana</td> <td>Yoga</td> </tr> <tr> <td>Pahimandika</td> <td>Yan</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Yudi</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Yanto</td> </tr> </table> | Ternak Uang | Rahasia Gadis | Carissa Citra | Andre Datta | Jagga Satriana | Yoga | Pahimandika | Yan | | Yudi | | Yanto |
| Ternak Uang | Rahasia Gadis | | | | | | | | | | | | | |
| Carissa Citra | Andre Datta | | | | | | | | | | | | | |
| Jagga Satriana | Yoga | | | | | | | | | | | | | |
| Pahimandika | Yan | | | | | | | | | | | | | |
| | Yudi | | | | | | | | | | | | | |
| | Yanto | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Meeting Agenda | Forum Inisiasi Awal Ternak Uang dengan Rahasia Gadis | | | | | | | | | | | | |
| 6 | DISCUSSION & AGREEMENTS | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | BACKGROUND | PIC | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Ternak Uang merupakan platform edukasi yang fokus kepada informasi kesehatan (khususnya Platform Cegah Penyakit) untuk Bekas mahasiswa dengan Fokus Visual & Grafis (Sedikit Desain), Marketing, Ternak Uang juga memberikan edukasi dan pembelajaran yang dapat menjadi inspirasi. | Kain | | | | | | | | | | | | |
| 9 | DISCUSSION/AGREEMENTS | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Memastikan saat meeting dan forum diutamakan oleh TU (TU), Economic Engagement (Easi) dan yang mengikat partnership Indonesia akan ternak uang | Kain | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Memastikan media sosial dan meeting, email dan IG akan | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Memastikan EOI media partner dan Ternak Uang dan Rahasia Gadis | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | Target Audience | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | Rembulan dan 2 dan 10 (khusus IG dan email) | Kain | | | | | | | | | | | | |
| 15 | Ternak Uang Audians | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | Rahasia Gadis Audians | | | | | | | | | | | | | |

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.14 Minutes Of Meeting (MOM Ternak Uang)

3.3.2.2 Langkah Kedua : *Analyzing the Organization*

Diperlukannya pemahaman mendetail mengenai keadaan lingkungan internal, persepsi publik dan lingkungan eksternal (Smith,2017,p.97). Smith juga melanjutkan bahwa lingkungan internal perusahaan secara spesifik melihat bagaimana performa, keunggulan, struktur, basis etika organisasi dan tantangan internal. Sedangkan pihak eksternal akan melihat peran pendukung, kompetitor, pihak yang kontra serta tantangan eksternal lain. Secara singkat hal ini dapat dirangkum dengan analisis SWOT yang memiliki pembagian serupa dengan analisis sebelumnya. (Smith,2017,p.94).

Dalam praktik kerja magang, klien dengan perusahaan mempresentasikan proposal yang diajukan masing-masing agar dapat saling memahami objektif serta membuat klien dengan perusahaan tergambar konsep kampanye seperti apa yang akan dirancang. Sebagai *Account Executive* harus dapat memastikan apakah *brand* yang bekerja sama dengan Rahasia Gadis, sesuai dengan konsep konten Rahasia Gadis di berbagai kanal media. Penulis juga harus mengetahui kompetitor dari pihak *brand*, agar *timeline* yang dibuat untuk *penguploadan* tidak bersamaan dengan pihak kompetitor dari brand Ternak Uang. Penulis juga harus menyampaikan *brief* ke tim konten dengan mengetahui apa saja keunggulan dari *brand* tersebut.

3.3.2.3 Langkah Ketiga : *Analyzing the Publics*

Publik merupakan *stakeholders* yang harus dianalisis dengan baik karena akan sangat mendukung nilai efektifitas dalam perencanaan program yang akan dijalankan. Publik dapat dibagi menjadi empat, yang pertama adalah *Customers*, yang mana publik yang akan ditujukan untuk menikmati produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. *Enablers* adalah bagian dari publik yang berpotensi untuk mengembangkan organisasi atau perusahaan lebih baik, untuk membantu khalayak memahami organisasi tersebut. *Limiters*, adalah publik yang bertendensi menjadi pembatas ruang lingkup dan bertujuan untuk bersaing sebagai kompetitor, dalam artian pihak yang kontra. Terakhir adalah *Producers* yang akan menjadi kontributor dalam perusahaan yang meliputi karyawan hingga vendor, unit produksi serta pelaksanaan program kerjasama (Smith, 2017,p.119).

Dalam praktik kerja magang setiap brief klien pastinya harus memiliki target audiens atau yang menjadi sasaran mereka melakukan kampanye. Hal ini adalah hal yang wajib di catat dan diimplementasikan di seluruh brief, sehingga konten yang dibuat pun *relate* dengan target audiens dari rahasia gadis. Dikarenakan target audiens adalah aspek terpenting untuk melakukan kampanye. Pastinya dalam setiap kampanye atau kerja sama yang dilakukan perusahaan dengan brand tertentu harus dapat mengedukasi para gadis di komunitas Rahasia Gadis. Dalam kerja sama berupa kampanye bersama Ternak Uang, target peserta dari kampanye “*Women’s Economic Empowerment Week*” adalah perempuan dengan usia 18-25 tahun yang mana merupakan generasi Z dan perempuan usia 25-35 tahun yang merupakan generasi millennials.

3.3.2.4 Langkah Keempat : *Establishing Goals and Objectives*

Langkah ini perlu diberikan perhatian khusus karena merupakan inti dari perencanaan dan menentukan keberlangsungan seluruh bagian dari kegiatan kampanye yang berlangsung. Dimulai dengan memetakan *positioning* di masyarakat seperti apa yang diharapkan perusahaan akan pemahaman masyarakat terkait brand yang dipromosikan. Bergerak untuk menentukan tujuan atau goals secara luas dan akhirnya berujung pada objektif yang spesifik memahami gambaran

rencana dengan baik (Smith, 2017,p.156). Penulis dalam hal ini membuat objektif dari tiap kampanye atau program yang akan dijalankan. Penulis sebagai *Account Executive* merancang objektif atau tujuan yang sama dengan klien agar kampanye berjalan sesuai dengan yang diharapkan.



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.15 Rahasia Gadis x Ternak Uang *Objective*

3.3.2.5 Langkah Kelima : *Formulating Action and Response Strategies*

Dalam memformulasikan rencana strategis terhadap tindakan komunikasi yang dilakukan, perlu dua strategi yang bisa menjadi pencegah atau dapat digunakan untuk merespon semua kemungkinan yang terjadi. Strategi proaktif adalah sebuah strategi yang dapat menjadi awal dari alur komunikasi yang diharapkan dapat berjalan lancar dan nantinya bisa menunjang setiap rencana yang dilakukan. Selain itu, ada juga strategi reaktif yang disiapkan sebagai respon dalam menghadapi segala kemungkinan situasi yang terjadi. Strategi yang dapat menjadi tolak ukur proses perencanaan ini memberikan kemungkinan yang terjadi baik atau buruk (Smith,2017,p.176).

Selama praktek kerja magang berlangsung, penulis melakukan strategi reaktif dan proaktif yang dibantu pembimbing lapangan magang. Pada saat berhubungan dengan klien yang mana merupakan pihak eksternal pasti membutuhkan banyak komunikasi dan banyak permasalahan maupun pertanyaan

yang diajukan klien dalam proses kampanye, karena biasanya klien akan membutuhkan respon atau *feedback* secepat mungkin.

3.3.2.6 Langkah Keenam : *Developing the Message strategy*

Dalam langkah ini merancang serta menyusun komunikasi yang efektif. Mulai dari sumber atau darimana pesan berawal, pesan kunci atau apa yang ingin dikomunikasikan baik dalam bentuk komunikasi verbal maupun nonverbal. Di tahap ini juga melakukan pengembangan pesan yang dijadikan strategi untuk membantu organisasi dalam menyampaikan pesan secara detail. Hal ini bisa dilakukan dengan memperhatikan proses komunikasi efektifitas komunikasi, kemasan pesan yang disampaikan hingga yang akan menjadi juru bicara terkait dengan pesan strategis yang telah disiapkan (Smith, 2017, p. 248).

Dalam praktik magang yang dilakukan penulis sebagai *Account Executive*, harus memperhatikan pesan yang akan dikomunikasikan melalui kampanye. Pesan yang akan dikomunikasikan oleh Ternak Uang harus sampai dan dapat dimengerti oleh audiens, maka dari itu perlu adanya relevansi konten yang sesuai dengan *target marketnya*. Ternak Uang mengajukan beberapa *Key Opinion Leader* untuk kampanye ini. Ternak Uang memilih *Key Opinion Leader* sebagai juru bicara dalam event nya seperti Gita Savitri karena dirasa sesuai dengan topik yang akan dibawakan. Dalam hal ini *Key Opinion Leader* dapat dikatakan sebagai *experts* dalam bidang tertentu yang pendapatnya sangat berpengaruh serta dapat dipercaya pengikutnya.



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.16 *Key Opinion Leader Women's Economic Empowerment Week*

3.3.2. Langkah Ketujuh : *Selecting Communication Tactics*

Pada fase ini perencanaan sudah masuk ke tahap setil setiap proses rancangan kampanye yang dilakukan. Dirumuskan dalam sebuah pesan yang tersampaikan dan terselip dalam berbagai pesan. Secara spesifik memberikan detail tentang hal apa saja yang akan dilihat audiens atau target audiens secara langsung dengan konsep komunikasi yang berkaitan. (Smith,2017,p.311). Taktik merupakan bagian dalam sebuah perencanaan strategis. Taktik strategis komunikasi meliputi komunikasi antarpribadi, organisasi, media sosial, berita sebagai media, media periklanan dalam media promosi. Hal ini secara langsung dapat menjadi strategi yang lebih cenderung tepat untuk klien tertentu karena harus disesuaikan dengan situasi (Smith,2017,p.317)

Dalam pelaksanaan magang di PT Rahasia Gadis, penulis memberikan beberapa ide kreatif terkait taktik yang dilakukan di setiap *PR Campaign* yang akan dijalankan. Ide kreatif diharap dapat menunjang keberlangsungan program yang telah dirancang oleh klien dan perusahaan. Penulis sebagai *Account Executive* akan menerima *Scope Of Work* dari klien sebagai taktik yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari kampanye tersebut.



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.17 *Scope of Work* Rahasia Gadis x Ternak Uang

TERNAKUANG.

Timeline Post - Rahasia Gadis

| Date | Type | Promotions Material - Talking Points |
|--------------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dec 10, 2021 | IG Story @rahasiagadis | 1x Story Interactive reaction "Peran Perempuan Meningkat di Tengah Pandemi" Rangkuman Survey di link https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/NA37m2ksurvei-peran-perempuan-di-perusahaan-meningkat-di-tengah-tantangan-pandemi 1x Story Poster WEE + Ajakan ikut Link Pendaftaran |
| Dec 12, 2021 | IG Story @agenrahasiaproject | 1x Story Poll Betol or Bisa Jadi, "Karakter Wanita Indonesia di mata dunia yaitu Sopan Pintar dan Canggih?" 1x Story Poster WEE + Ajakan ikut Link Pendaftaran |
| Dec 13, 2021 | IG feed @agenrahasiaproject | Poster WEE + Informasi mengenai acara WEE serta ajakan untuk daftar |
| Dec 16, 2021 | IG Story @rahasiagadis | 1x Story Question box "Harapanmu buat pendidikan Indonesia" 1x Poster WEE (Gita Savitri) + Link pendaftaran |

TERNAKUANG. | Women's Economic Empowerment Week

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Gambar 3.18 *Timeline Post* Rahasia Gadis x Ternak Uang

3.3.2.8 Langkah Kedelapan : *Implementing the Strategic Plan*

Langkah yang merupakan realisasi dari semua yang telah direncanakan. Pesan serta visual yang dihasilkan lebih menarik dan dengan pengemasan yang kreatif. Pelaksanaan tahap ini juga dilakukan dengan bantuan dari adanya kerjasama dengan divisi terkait. Pengemasan konten yang baik inilah yang menjadi nilai unggul yang mampu menambah kemenarikan konten dari yang dikerjakan serta dapat menunjang keberhasilan perencanaan (Smith,2017,p.395).

Seperti yang dilakukan penulis sebagai *Account Executive* di PT Rahasia Gadis, tidak hanya berfokus pada peran sebagai *AE* tetapi juga bekerja sama dengan divisi lain seperti *community*, *production* dan divisi lainnya terkait pelaksanaan kegiatan kampanye. Penulis juga memastikan setiap hal yang dilakukan sesuai dengan timeline yang sudah dibuat dan perencanaan yang sudah disusun. Selama masa magang, penulis berkontribusi dalam banyak hal terkait dengan tugas lainnya ketika menjadi *Account Executive* mulai dari menangani klien. Memastikan semua berjalan sesuai timeline yang ada. Dalam tahap ini penulis akan melakukan *approval* kepada klien untuk konten visual yang telah

dibuat oleh tim konten serta siap untuk di unggal di media sosial Rahasia Gadis sesuai *SOW*.



(Sumber: Instagram @rahasiagadis, 2021)

Gambar 3.19 Instagram Story Rahasia Gadis x Ternak Uang



(Sumber: Instagram @agenrahasiaproject, 2021)

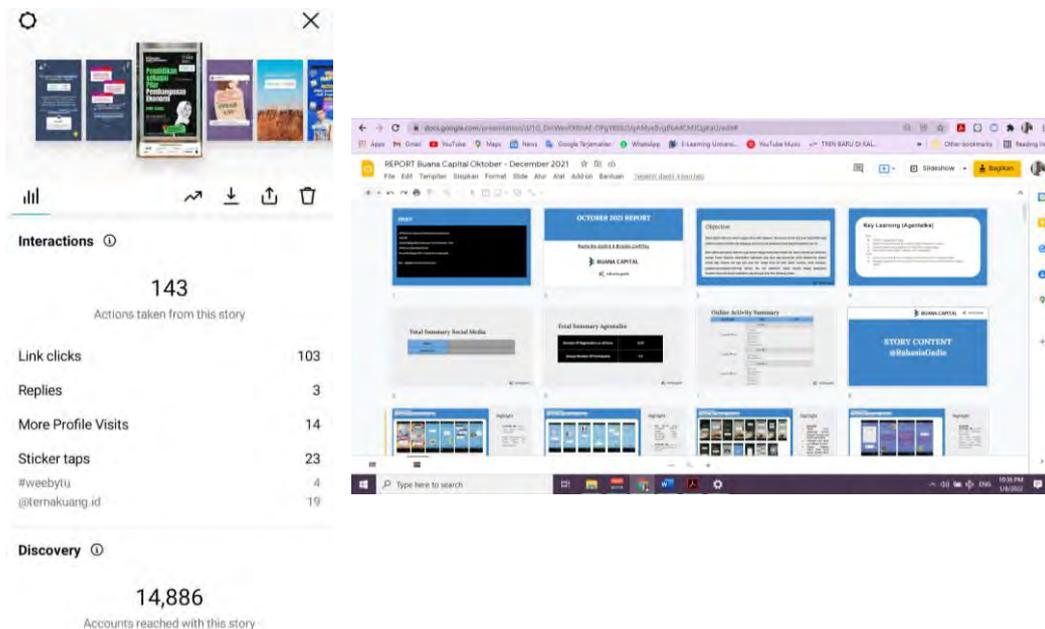
Gambar 3.20 Instagram Feeds Agen Rahasia x Ternak Uang

3.3.2.9 Langkah Kesembilan : *Evaluating the Strategic Plan*

Langkah yang merupakan fase terakhir dari setiap efektifitas taktik untuk bisa mencapai tujuan yang telah disusun di awal. Tujuan dibuatnya evaluasi adalah diharapkan bisa menjadi referensi ke depannya, baik untuk perencana, perusahaan maupun klien terkait program kampanye ini, evaluasi juga dapat dijadikan sebagai insight bagi klien terhadap kampanye apa yang akan dilakukan selanjutnya atau kedepannya. (Smith,2017,p.423). Menurut Smith evaluasi dapat dilakukan dengan tiga lini masa yang meliputi; *implementation reports, progress reports* dan *final evaluation*.

Ketiga waktu lini masa evaluasi ini disarankan untuk dilakukan bahkan waji untuk dibuat karena evaluasi memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap program kampanye atau rancangan kedepannya. *Progress report* juga dapat dilakukan di tengah berjalannya rangkaian kegiatan. Seluruh laporan akan menghasilkan *output* yang berupa *final report* yang adalah keseluruhan laporan dan merupakan kesimpulan dan rekomendasi akhir sebagai bentuk tanggung jawab perancang komunikasi terhadap pihak yang menjalankan program (Smith,2017,p.430).

Dalam masa praktik kerja magang, ketiga evaluasi dikerjakan berdasarkan lini waktu di beberapa kegiatan. Evaluasi akhir akan menjadi tanggung jawab dan dikerjakan sesuai dengan masa kampanye berlangsung. Penulis akan membuat slide dengan bukti tayang dengan *insight* serta besar *engagement* yang telah didistribusikan kepada pihak internal untuk acuan kerja yang disepakati serta menjadi penawaran bagi klien. Berikut contoh *Report* yang telah dibuat penulis selama masa praktik kerja magang. Dalam *reporting* penulis melihat apakah *insight* konten sudah mencapai KPI yang ditentukan, jika belum mencapai KPI yang diinginkan, penulis akan memberikan tambahan konten untuk diunggah di pilar media sosial lainnya.



(Sumber: Instagram @rahasiagadis, 2021)

Gambar 3.21 Insight and Report Ternak Uang

3.4 Kendala yang Dialami

Selama menjalankan proses praktik kerja magang di PT Rahasia Gadis Nusantara sebagai *Account Executive*, penulis menemukan beberapa kendala yang akan dijabarkan oleh penulis sebagai berikut :

1. Terdapat beberapa *brief* atau proposal dari klien yang terlalu minim akan informasi, bahkan ada beberapa brand yang memberikan sedikit terkait materi *product knowledge*. Beberapa *brand* yang seperti ini, biasanya akan menyulitkan tahap riset
2. Masa pandemi akibat virus covid-19 yang membuat semua kegiatan dilakukan secara daring, sehingga pertemuan untuk *meeting* dengan klien sangat terbatas. Biasanya kegiatan seperti *company visit*, *offline event*, dan kegiatan lainnya. Hal ini membuat keterbatasan akan kerja sama kolaborasi berupa *event* yang dilakukan secara tatap muka langsung.
3. Kesalahpahaman yang terjadi akan *brief* antara klien, penulis dan tim konten. Kendala seperti ini merupakan kendala yang tidak sepele, karena jika dalam salah satu *brief* terdapat miskomunikasi akan berpengaruh ke konten yang dihasilkan.
4. Jumlah *KPI* dari konten *client brand* yang tidak mencapai target yang disepakati.

3.5 Solusi Atas Kendala yang Dialami

Solusi yang dilakukan penulis untuk menghadapi atau mengatasi kendala saat proses praktik magang di PT Rahasia Gadis Nusantara sebagai *Account Executive*, adalah sebagai berikut

1. Mencari sumber referensi dari berbagai kanal media dari *brand* tersebut, melihat aktivitas baru apa yang telah dijalankan klien, Sumber referensi dapat juga dari kanal media *brand* sendiri. Di PT Rahasia Gadis biasanya penulis turut membuat *form* yang di isi komunitas para gadis untuk melihat berapa tingkat *awareness* suatu brand.
2. Melakukan *online meeting* beberapa kali dengan mempresentasikan proposal dari masing-masing pihak yaitu klien dan perusahaan. Penulis juga membuat *Minutes of Meeting* yang digunakan untuk mencatat seluruh pembicaraan penting dari *meeting* tersebut.
3. Mengkomunikasikan *brief* dengan teratur, detail dan jelas. Biasanya dalam menyampaikan *brief* kepada tim konten, penulis akan membuat *template* atau susunan teks yang jelas, mulai dari *link swipe up*, *caption*, *hashtag*, *key visual* harus tertata secara jelas. Membantu tim konten akan *brief* yang membingungkan, serta memastikannya beberapa kali.
4. Memberikan tambahan atau bonus konten terhadap beberapa klien yang kontennya tidak mencapai *KPI* yang telah ditentukan.