

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Ketika melakukan praktek kerja magang, penulis berada dibawah pimpinan Bapak Ian Syarief selaku Head of Marketing, ditempatkan di divisi *Digital Marketing Team* yang dipertanggungjawabkan oleh Ibu Gabriella Rustandar selaku Supervisor dari Digital Marketing sekaligus penanggung jawab penulis. Tugas penulis antara lain *monitoring* media sosial Instagram IDEMU dengan cara mencari ide - ide dan mengeksekusi ide tersebut menjadi konten yang dibagi menjadi konten harian. Kemudian penulis juga bertanggung jawab dengan *e-commerce* yang dijalankan oleh IDEMU antara lain Tokopedia, Shopee dan Lazada. Penulis wajib untuk mengawasi *e-commerce* setiap hari dari pukul 09.00 WIB - 18.00 WIB dan memproses jika terjadi transaksi. Selain itu, penulis juga harus selalu *mengupdate* stok produk setiap minggunya entar itu berkurang atau bertambah. Dan juga harus membalas chat maksimal 24 jam, jika tidak performa toko akan turun.

Divisi marketing bertanggung jawab akan citra perusahaan melalui iklan dan pemasaran yang ditampilkan baik itu *offline* maupun *online*. Marketing juga bertugas untuk menjaga hubungan baik *customer* bahkan meningkatkan jumlah audiens dengan memberikan konten - konten atau kerjasama yang memiliki value baik itu untuk pelanggan maupun perusahaan. Contohnya, menggelar event tahunan untuk menjaga hubungan baik pelanggan bahkan menarik pelanggan baru yang belum mengetahui perusahaan sebelumnya lalu mengiklankan produk - produk secara berkala, tidak lupa menggunakan ide dan tren yang sedang naik di kalangan masyarakat, dan masih banyak lagi.

Kemudian ada pula *creative team* yang bertugas untuk membuat berbagai jenis desain konten lebih menarik, *eye catching*, mudah diingat, meninggalkan khas baik itu konten *online* maupun *offline*.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Yang Dilakukan

Pada pelaksanaan praktek kerja magang di perusahaan IDEMU by VIVERE, penulis melakukan beberapa tugas dan tanggung jawab pekerjaan. Berikut adalah *timeline* aktivitas praktek magang yang dilakukan penulis sebagai Digital Marketing Intern di IDEMU by VIVERE selama kurang lebih 60 hari kerja.

Tabel 3.1 Timeline Aktivitas Magang

No	Kategori Pekerjaan	Aktivitas	September					Oktober					November						
			1	2	3	4	5	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1.	<i>Social Media Monitoring</i>	Konten Harian Selasa : Tuesday Tips																	
		Konten Harian Kamis : Reels Inspiratif																	
		Konten Harian Jumat : Rumahmu Idemu																	
		Konten Harian																	

3.2.2 Uraian Kerja Magang

A. *Social Media Monitoring*

Saat membuat konten, pihak yang membuat konten harus memperhatikan isi dari konten serta kekurangan serta kelebihan konten dari kompetitor terlebih dahulu. Setelah itu baru mulai menetapkan tujuan dari *brand* tersebut melalui konten yang dibuat contohnya meningkatkan *target awareness*. Konten yang dibagi harus sesuai dengan apa yang dirasakan audiens agar konten menjadi lebih efektif.

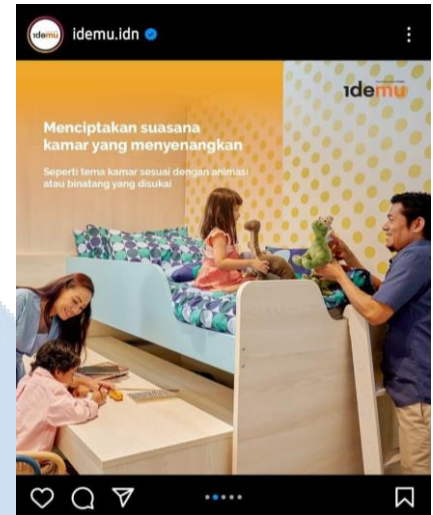
B. **Konten Harian Selasa : Tuesday Tips**

Selama melakukan praktek kerja magang, penulis bertanggung jawab dalam memberikan ide-ide serta caption untuk beberapa konten harian Instagram IDEMU. Konten hariannya antara lain, tuesday tips di hari selasa yang berisi berbagai tips menarik yang berhubungan dengan furnitur khususnya milik IDEMU. Pada gambar dibawah, penulis memberikan tips dengan judul “Tips Biar Anak Berani Tidur Sendiri”, lalu mencari gambar yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

B.1 Analisis Strategi Konten Instagram

Menurut Joe Pulizi (2015:241), Konten marketing merupakan teknik pemasaran untuk menciptakan dan mendistribusikan konten yang relevan dan berharga untuk menarik, memperoleh dan melibatkan pendengar yang jelas dan memahami dengan tujuan mendorong aksi pelanggan yang menguntungkan perusahaan. Salah satu konten yang dibuat oleh penulis yaitu Tuesday Tips dengan gambar diatas juga menjadi postingan feed tertinggi dalam klasifikasi *account reached*, *content interactions*, *profile activity*, *impressions* pada di minggu ketiga bulan November 2021. Hal tersebut menyatakan bahwa konten

yang terdiri dari pesan visual dan verbal dapat tersampaikan ke hati para pengikut dan mereka merasa terhubung dengan postingan tersebut.



idemu.idn Setiap orang tua pasti ingin anaknya memiliki sifat mandiri, namun untuk menjadi mandiri membutuhkan latihan dan keberanian. Salah satu agar anak mandiri yaitu dengan memiliki kamar sendiri.

Selain melatih sifat mandiri, anak juga belajar untuk menjadi berani dan bertanggung jawab terhadap kamar mereka. Tetapi masih banyak anak yang tidak mau tidur di kamar mereka sendiri dengan berbagai macam sebab, salah satunya takut untuk tidur sendiri.

Maka dari itu Idemu ingin memberikan tips bagi Sobat Idemu yang memiliki anak agar mereka berani untuk tidur sendiri. Jika menurut Sobat tips ini membantu, jangan lupa share ke kerabat terdekat ya!

#maksimalkanruangterbatas #rumahuidemu
#desainsesukaidemu #customizedfurniture

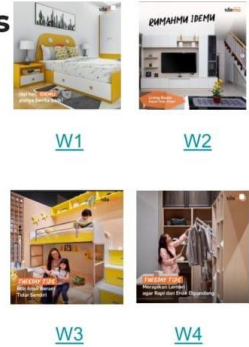
(Sumber : Akun Instagram @idemu.idn, 2021)

Gambar 3 1 Konten Tuesday Tips IDEMU

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

High Account Reached, Content Interactions,

Month / Year	IG Feed	Content	Account Reached	Content Interactions	Profile Activity	Impressions
Nov 2021	W1	Highlight produk headboard	5.124	79	53	5.614
	W2	Rumahmu IDEMU : Bapak Tedja	6.725	97	42	7.637
	W3	Monday funday : Give away Debelin Tuesday Tips : biar anak berani tidur sendiri	91.220	419	99	91.220
	W4	Tuesday Tips : Merapikan Lemari Agar Rapi dan Enak Dipandang	8.149	150	71	9.485



- **Account Reached** : total pengguna yg buka feeds kita
- **Content interactions**: jumlah orang yang engage dengan feeds kita melalui shares, likes, comment, replies
- **Profile activity**: orang yang mengunjungi profil IG kita setelah merasa ter-engaged dgn feed kita
- **Impressions** : total penayangan feeds
- Postingan yang paling tinggi engagemennya Tuesday Tips, Rumahmu IDEMU, dan Highlight produk

(Sumber : Dokumen Internal IDEMU, 2021)

Gambar 3 2 Data Insight Instagram IDEMU

C. Konten Harian Kamis : Reels Inspiratif

Konten kedua yang menjadi tugas penulis adalah membuat reels inspiratif atau berguna bagi kehidupan sehari - hari para *followers* IDEMU. Salah satu konten reels yang dibuat oleh penulis adalah “Tips untuk tetap bersih dan sehat di masa Pandemi”. Melalui postingan Idemu berharap para *followers* dari Inst



(Sumber : Akun Instagram @idemu.idn, 2021)

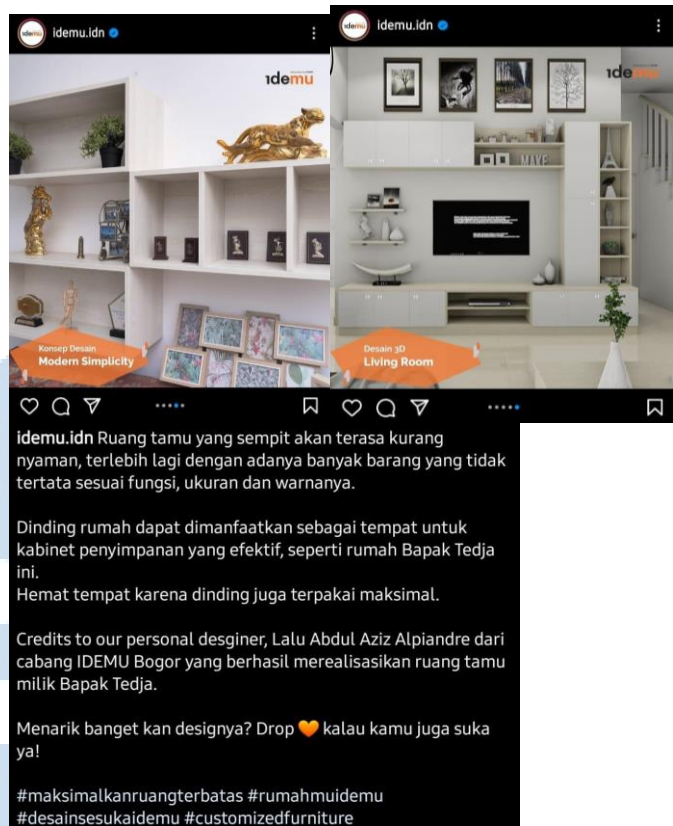
Gambar 3 3 Konten Reels Inspiratif IDEMU

D. Konten Harian Jumat : Rumahmu Idemu

Konten harian ketiga yang menjadi tugas rutin penulis adalah membuat konten Rumahmu Idemu yang berisi *review* dari customer IDEMU yang telah mempercayakan rumahnya untuk didesain menggunakan jasa custom furniture dari IDEMU. Bagian rumah customer yang paling sering menggunakan desain dari IDEMU adalah dapur, ruang tamu, kamar dan kamar anak.

Hal - hal yang biasanya di *review* pada konten Instagram feeds adalah nama dari customer, nama desainer, furniture yang didapatkan jika memilih paket tertentu, harga cicilan dan luas custom furniture, warna pada furniture dan jenis ruangan.

Menurut Gunelius (2011), *content marketing* adalah proses secara tidak langsung dan langsung mempromosikan bisnis atau merek melalui konten teks, video, atau audio yang bernilai tambah baik secara *online* maupun *offline*. Melalui konten ini, Idemu juga ingin memberikan para pengikut merasakan, memiliki keterikatan dan terlibat pada berbagai konten yang disajikan, sehingga berujung pada pembelian produk. Disitulah peran manajemen konten Instagram dalam menumbuhkan rasa minat beli konsumen.



(Sumber : Akun Instagram @idemu.idn, 2021)

Gambar 3.4 Konten Rumahmu Idemu IDEMU

E. Konten Harian Sabtu / Minggu : Promo Cashback 20%

Tugas konten harian terakhir yang dilakukan penulis adalah membuat caption pada postingan konten promo cashback 20% yang diselenggarakan IDEMU. Penulis harus membuat caption yang *engaging* dan menarik sehingga followers tertarik untuk mengikuti promo tersebut. Cara membuat caption yang menarik dan meningkatkan engagement adalah meninggalkan kesan pertama yang membekas atau *first impression* seperti menghubungkan dengan kehidupan sehari - hari para *followers*. Lalu membuat caption yang mudah

dibaca dan mudah dimengerti, memberikan nilai, bentuk tanya jawab sehingga terjalin hubungan antara *followers* dan brand.



idemu.idn Mau dong isi-isi rumah tanpa bikin kantong bolong? Ikutan promo Hemat 20% kita aja, Sobat! Dapetin cashback 20% untuk pembelian custom furniture, loose furniture dan appliances dari IDEMU dengan melakukan pembelian custom furniture sebesar Rp 40.000.000. Cashback 20% nya dapat digunakan di pembelian kedua dan berlaku selama 1 bulan setelah transaksi pertama ya. Yuk mariiii, kita bantu wujudin rumah dan ruangan impianmu.

#maksimalkanruangterbatas #rumahmuidemu
#desainsesukaidemu #customizedfurniture

(Sumber : Akun Instagram @idemu.idn, 2021)

Gambar 3 5 Konten Promo IDEMU

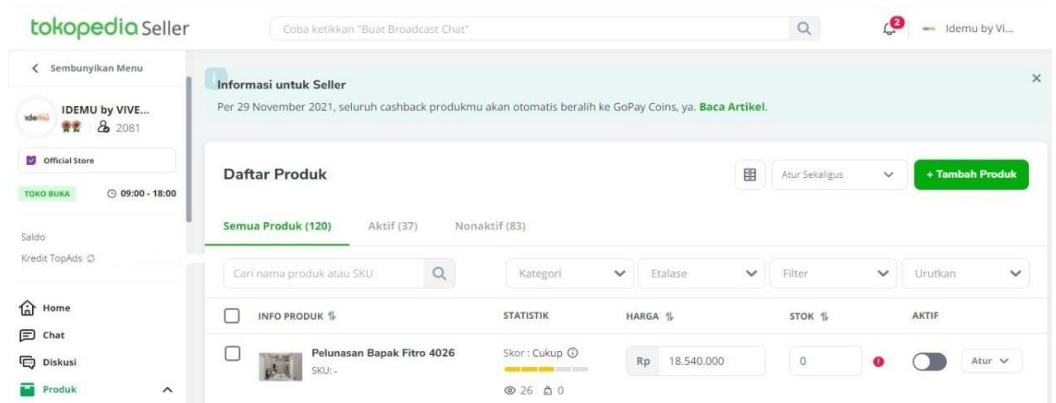
F. *E - Commerce Monitoring*

Pengertian E-commerce menurut E. Turban, et al. dalam Rizki, Dkk (2019), E-commerce atau electronic commerce adalah perdagangan elektronik yang mencakup proses pembelian dan penjualan barang atau jasa, pertukaran produk, transfer dana, pelayanan serta informasi yang menggunakan jaringan komputer atau internet. Maka dari itu e-

commerce merupakan channel terpenting Ketika memasarkan sebuah produk, mulai dari proses jual beli, penggalian informasi, membangun kredibilitas, dll.

Maka dari itu tanggung jawab kedua dari penulis adalah mengawasi *e-commerce* yang dimiliki oleh IDEMU antara lain Tokopedia, Shopee, Lazada dan Bukalapak. Beberapa tugasnya antara lain mengawasi *e-commerce* setiap hari yang artinya menunggu pesanan dan membalas chat. Lalu mengedit stok produk yang berkurang karena pesanan atau yang ditambah, menambah produk - produk baru atau yang belum diunggah ke *e-commerce*. Setiap bulannya, IDEMU juga menggelar promo atau diskon toko biasanya pada Tokopedia dan Shopee sedangkan Lazada kerap mengikuti *campaign discount* yang diselenggarakan oleh Lazada sendiri. Penulis juga pernah mendekorasi toko menggunakan bantuan desain dari *creative team* namun ide serta tulisan dari *digital marketing team* salah satunya yaitu penulis.

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



(Sumber : Data Internal IDEMU, 2021)

Gambar 3 6 Halaman Utama Tokopedia Seller IDEMU

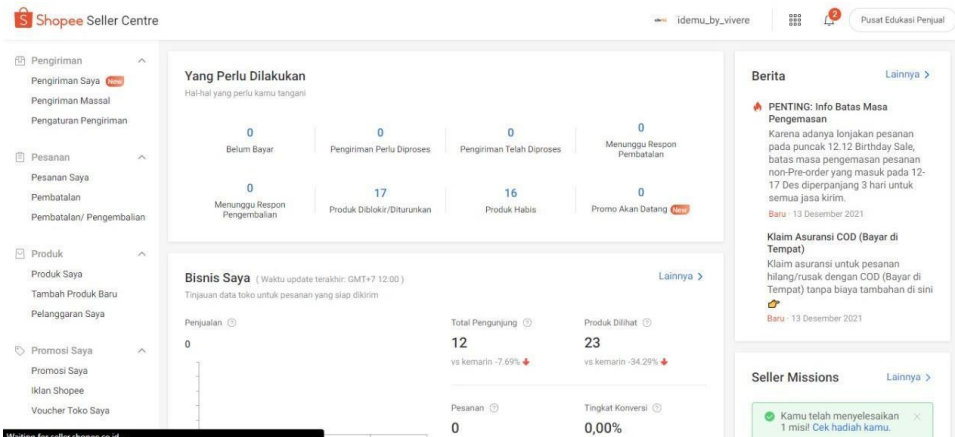


(Sumber : Data Internal IDEMU, 2021)

Gambar 3 7 Kolom Chat Tokopedia IDEMU

Gambar diatas adalah tampilan Tokopedia seller yang harus dibuka setiap hari oleh penulis. Lalu ada pula kolom pesan yang cukup sering dipantau oleh penulis karena hampir setiap hari Tokopedia memiliki pesan atau bisa dikatakan merupakan *e-commerce* yang paling lama digunakan dan sudah menarik banyak *customer*.

Tokopedia mulai beroperasi pada pukul 09.00 WIB
- 18.00 WIB dan libur pada hari Sabtu dan Minggu.



(Sumber : Data Internal IDEMU, 2021)

Gambar 3.8 Halaman Utama Shopee Seller Centre IDEMU



(Sumber : Data Internal IDEMU, 2021)

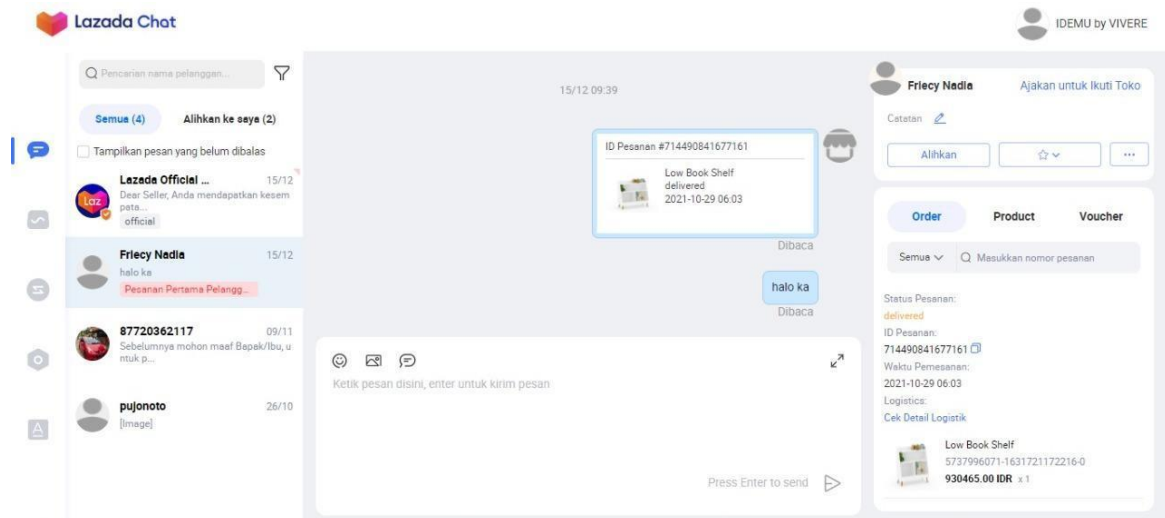
Gambar 3.9 Kolom Chat Shopee IDEMU

Selanjutnya yang menjadi *e-commerce* terpenting kedua adalah Shopee selain Tokopedia, Shopee merupakan salah satu *e-commerce* IDEMU yang memiliki banyak pembeli. Bisa dibuktikan dari toko IDEMU yang sudah masuk ke dalam kategori Shopee Mall yang artinya toko tersebut sudah dipercaya dan digunakan pembeli untuk bertransaksi. Namun peraturan untuk mengunggah produk di Shopee terlalu ketat sehingga ada hambatan dalam mengupload beberapa produk, akhirnya diblokir karena tidak sesuai dengan ketentuan yang diberikan. Jam buka toko IDEMU pada Shopee yaitu dari pukul 09.00 WIB - 18.00 WIB.



(Sumber : Data Internal IDEMU, 2021)

Gambar 3 10 Halaman Utama Lazada Seller Center IDEMU



(Sumber : Data Internal IDEMU, 2021)

Gambar 3 11 Kolom Chat Lazada IDEMU

E-commerce ketiga yang menjadi tanggung jawab penulis adalah Lazada, gambar diatas adalah menu utama Lazada Seller Center yang dioperasikan oleh penulis setiap harinya. Untuk intensitas pesan pada lazada tidak sebanyak Tokopedia dan Shopee namun Lazada merupakan *e-commerce* yang cukup mudah untuk digunakan, mulai dari mengunggah produk, mengikuti *campaign*, membuat harga coret, dll

G. Offline Event

G.1 Media Partnership

Sebelum menyelesaikan proses kerja magang di IDEMU, terdapat tugas terakhir yang harus dilakukan penulis yaitu mencari dan bekerjasama dengan beberapa *media partner*. Media - media tersebut dibutuhkan untuk event *offline* yang diselenggarakan IDEMU pada

tanggal 9 - 12 Desember 2021 dengan nama IDEMU Brand Festival. Diharapkan media yang diajak bekerjasama dapat mempromosikan event tersebut sehingga mengundang banyak orang untuk datang. Penulis mendapatkan 19 media partner yang fokusnya pada Instagram, kriteria penulis mencari media partner adalah sebagai berikut :

- 1) Jika memungkinkan, memilih media partner yang letaknya satu daerah dengan tempat diselenggarakannya event yaitu Tangerang Selatan, Serpong, BSD, Alam Sutera, Lippo Karawaci.
- 2) Melihat followers dan like postingan yang cukup tinggi, untuk followers sejumlah 1rb atau lebih sedangkan like pada postingan minimal 10.
- 3) Melihat rate card yang ditawarkan dengan target harga dibawah Rp 100.000,- atau pas dengan minimal 2 Postingan Instgram Feed dan dua postingan Instagram Story.

No	Media	Akun Instagram	Invoice	Lunas	Chat	6	7	8	9	7	8	9
1	BSD City Update	@bdcityupdate	Ya	Ya	Ya		v	v			v	v
2	BSD Serpong Info	@bdsrponginfo	Ya	Ya	Ya		v	v			v	v
3	Event Apa Aja	@eventapaaja	Ya	Ya	Ya			v				v
4	Event Banget	@eventbanget	Ya	Ya	Ya			v				
5	Event Finder	@eventfinderid	Ya	Ya	Ya			v			v	v
6	Events Ina	@events.ina	Ya	Ya	Ya			v			v	v
7	Info Alam Sutera	@infoalamsutera.official	Ya	Ya	Ya			v			v	v
8	Info BSD Gading Serpong	@infobsd.gadingserpong	Ya	Ya	Ya	v	v	v		v	v	v
9	Info BSD	@infobsd	Ya	Ya	Ya			v				v
10	Info Gading Serpong BSD ALS	@info.gadingserpong_bsd_alsut	Ya	Ya	Ya			v				v
11	Tangsel Co	@tangselco	Ya	Ya	Ya			v				v
12	Lippo Karawaci	@lippokarawaciupdate	Ya	Ya	Ya			v			v	v
13	Tangerang Event	@tangerangeventofficial	Ya	Ya	Ya			v	v	v	v	v
14	Warga Banten	@wargabanten	Ya	Ya	Ya			v				v
15	Slide ID	@slide.id.official	FREE	FREE	Ya			v				v

(Sumber : Data Internal IDEMU, 2021)

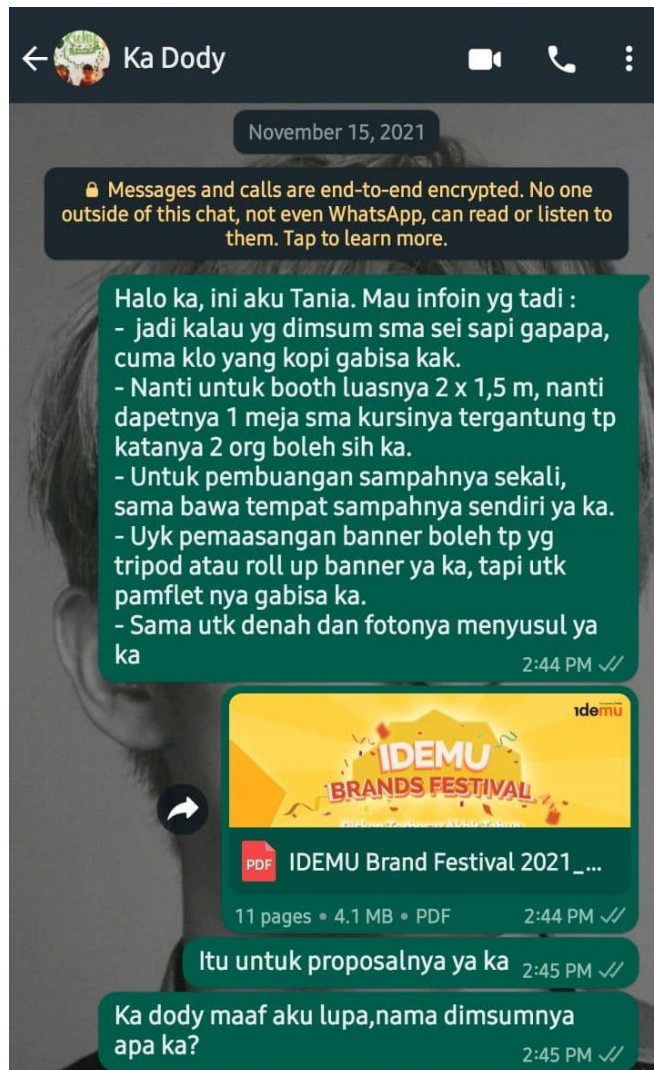
Gambar 3 12 List Media Partnership IDEMU Brand Festival 2021

Media partnership sendiri adalah sebuah bentuk kerjasama antara sebuah penyelenggara event dan media. Bekerjasama dengan media juga dapat meningkatkan kredibilitas event tersebut.

H. Approach Tenant

Saat mempersiapkan Idemu Brand Festival 2021, penulis membantu divisi tenant untuk mencari tenant yang bisa diajak untuk bekerjasama meramaikan acara ini dengan melakukan bazaar selama acara berlangsung. Akhirnya penulis mendapatkan salah satu tenant yang bergerak di bidang FnB dengan nama Be&Er Dimsum.





(Sumber : Data Internal IDEMU, 2021)

Gambar 3 13 Approach Tenant Be&Er Dimsum

3.4 Kendala Selama Pelaksanaan Kerja Magang

Beberapa kendala yang ditemukan penulis selama melaksanakan praktek kerja magang antara lain :

- 1) Kurangnya jumlah Sumber Daya Manusia d sehingga beberapa pekerja termasuk penulis kerap merangkap pekerjaan.

- 2) Penulis diberikan tugas yaitu menugaskan untuk membuat desain konten Instagram yang sesuai dengan guideline dalam mendesain namun tidak dilakukan training antara pihak perusahaan dan penulis sebelumnya.

3.5 Solusi Selama Pelaksanaan Kerja Magang

Solusi yang dilakukan penulis untuk mengatasi kendala yang dihadapi saat melaksanakan praktek kerja magang yaitu

- 1) Berinisiatif untuk bertanya secara berkala kepada pembimbing magang di perusahaan mengenai tugas yang kurang dimengerti.
- 2) Penulis tetap mengerjakan tugasnya dengan maksimal namun dengan kemampuan mendesain dasar yang dimiliki.

