

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Organisasi

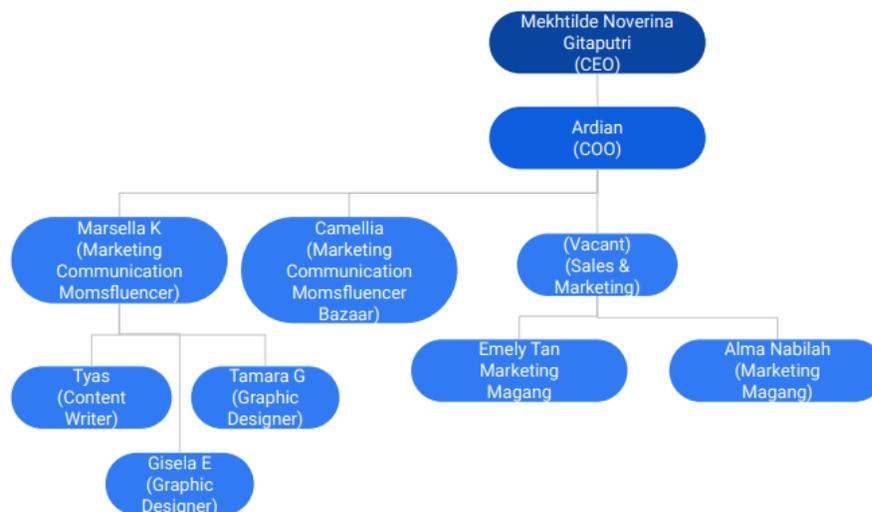
Pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan penulis di PT Creatorz Media Network (Momsfluencer) yang berlokasi di Ruko The Springs SPRU NO 62, Jl. Gading Golf Boulevard, Cihuni, Kec. Pagedangan, Tangerang, Banten, Indonesia. Dalam pelaksanaan program kerja magang penulis ditempatkan di divisi *Sales & Marketing* dibawah bimbingan Bapak Ardian selaku *Chief Operation Officer (COO)* dan Ibu Marsella Kurniawan selaku *senior Marketing*. Selama proses praktik kerja magang penulis diberikan kepercayaan, tanggung jawab dan tugas. Yang dimana tugas tersebut di dampingi langsung oleh Bapak Ardian. Beberapa tugas dalam pengerjaannya memerlukan *crosscheck* dan koordinasi dengan divisi lain yaitu Marketing Communication, Graphic Designer dan Integrated Support Officer.

Chief Operation Officer di PT Creatorz Media Network (Momsfluencer) membimbing penulis untuk mengenal dan mengajarkan cara memahami target audience yang akan dilayani dengan memberikan informasi yang mereka butuhkan, lalu cara membuat konten agar followers dapat ikut serta berpartisipasi dan melihat konten yang disajikan. Chief Operation Officer juga mengajarkan penulis cara memilih brand yang akan diajak untuk bekerja sama dengan mempunyai kriteria tertentu yang sesuai dengan target market khususnya untuk kegiatan Event Bazaar Online Ramadhan dan juga program kerjasama Momsfluencer seperti Collaboration Content, Giveaway & Campaign.

Selain mengajarkan penulis, Chief Operation Officer juga mengarahkan, memberi masukan & memotivasi penulis dalam mencapai target yang ditentukan perusahaan. Selama program kerja magang berlangsung penulis tidak hanya berkoordinasi dengan departemen marketing saja tetapi juga dengan departemen

lainnya agar penulis dapat menjalin hubungan yang baik, ikut serta aktif berkontribusi dan dapat bekerjasama di luar tim departemennya.

Pak Ardian sebagai pembimbingan lapangan memberikan kebebasan kepada penulis untuk berkoordinasi langsung dengan divisi lain, tujuannya agar penulis dapat menjaga komunikasi antar pihak-pihak yang bersangkutan dan mampu beradaptasi dengan seluruh departemen yang berkaitan. Sehingga pada saat proses bekerja pada saat penulis membutuhkan penjadwalan posting akan langsung berkoordinasi dengan tim Marketing Communication, Lalu jika penulis membutuhkan gambaran untuk desain akan langsung berkoordinasi dengan tim Graphic Designer, begitu pula jika penulis ingin melihat *insight* akan langsung menghubungi pihak Integrated Support Officer.



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Utama

Sumber : Mumsfluencer

Berdasarkan gambar di atas, Pak Ardian selaku Chief Operation Officer berperan sebagai penanggung jawab penuh atas segala kegiatan yang ada di Mumsfluencer. Ibu Sella bertanggung jawab dan memegang alur di Marketing Communication yang berkoordinasi langsung dengan tim Marketing magang (Alma &

Emely), Content Writer (Tyas) & Graphic Designer (Gisela & Tamara) untuk mengurus semua keperluan yang diminta oleh pihak brand yang akan bekerjasama dengan Momsfluencer.

Marketing Communication menjadwalkan seluruh kegiatan promosi brand yang ingin bekerjasama & menjaga relasi & komunikasi baik dengan para brand. Lalu tim Graphic Designer & Content Writer dapat memenuhi dan membuat desain materi kebutuhan yang diinginkan brand dan selanjutnya tim Marketing magang mencari berbagai brand yang memasuki kriteria untuk diajak bekerjasama dengan program Momsfluencer.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada saat proses kerja magang berlangsung, penulis melakukan berbagai tugas. Berikut ini merupakan tugas yang dilakukan :

Tabel 3. 1 Jenis Pekerjaan Magang

| Jenis Pekerjaan | Tujuan | Koor | Durasi | Output |
|--|----------------|-------------|-------------------------------|---|
| <ul style="list-style-type: none"> -Berkenalan bersama partner & atasan di divisi marketing. -Pengenalan jobdesk secara umum -Belajar memahami target audience & ide konten yang cocok sesuai dengan target market. | Masa orientasi | Ardian | 14 April 2021 - 22 April 2021 | Mengetahui & mengenal rekan-rekan kerja. Serta memahami target audience dan membuat sebanyak 4 konten instagram story |

| | | | | |
|--|--|---------------|-----------------------------------|---|
| <p>-Mencari referensi ide konten instagram story</p> <p>-Membuat wording & melakukan offering kepada brand yang akan diajak kerjasama via Whatsapp</p> <p>-Menjadi contact person selama event.</p> | <p>Menciptakan engagement di instagram story & melakukan pengecekan ulang terkait brand yang akan ditawarkan untuk meramaikan Event Bazaar Online Special Ramadhan</p> | <p>Ardian</p> | <p>23 April 2021 - 3 Mei 2021</p> | <p>Membuat sebanyak 3 konten instagram story & Menambahkan sebanyak 50 online shop & brand yang akan diajak untuk bekerja sama terkait dengan Event Bazaar Online Special Ramadhan</p> |
| <p>-Mencari referensi ide konten instagram story</p> <p>-Mencari brand apa saja yang bisa diajak kerjasama selama Event Bazar Online Special Ramadhan</p> <p>-Melakukan offering kepada brand yang akan diajak bekerja sama melalui Whatsapp & Email</p> | <p>Menciptakan engagement di instagram story & melakukan pengecekan ulang terkait brand yang akan ditawarkan untuk meramaikan Event Bazaar Online Special Ramadhan</p> | <p>Ardian</p> | <p>4 Mei 2021 - 12 Mei 2021</p> | <p>Membuat sebanyak 3 konten instagram story. & Mendapatkan sebanyak 100 online shop & brand yang akan di approach untuk bekerja sama terkait dengan Event Bazaar Online Special Ramadhan. Serta mendapatkan sebanyak 2 brand</p> |

| | | | | |
|--|---|--------|---------------------------|--|
| | | | | yang diajak untuk bekerja sama di Event Bazaar Online Special Ramadhan |
| <p>-Melakukan pencarian brand yang ingin diajak kerjasama dalam program kerjasama Momsfluencer (Collab Content, Campaign & Giveaway)</p> <p>-Melakukan pengecekan ulang brand dengan COO</p> <p>-Memulai offering kepada brand untuk melalui Whatsapp & Direct Message Instagram</p> <p>-Membalas Whatsapp & Direct Message Instagram dari brand yang bersangkutan dan melakukan meeting bersama client jika diperlukan.</p> <p>-Mengkoordinasi terkait penjadwalan posting di instagram bersama tim</p> | <p>Untuk mendapatkan brand yang akan ikut serta dalam program kerjasama Momsfluencer dan mencapai target brand yang diajak untuk bekerjasama.</p> | Ardian | 17 Mei 2021 - 25 Mei 2021 | <p>Menambahkan sebanyak 100 brand & online shop yang akan di offering untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer</p> <p>Sera mendapatkan sebanyak 3 brand yang akan diajak untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer dan juga melakukan Weekly Report terkait pekerjaan selama sepekan.</p> |

| | | | | |
|--|---|--------|---------------------------|---|
| Marketing Communication | | | | |
| <p>-Melakukan pencarian brand yang ingin diajak kerjasama dalam program kerjasama Momsfluencer (Collab Content, Campaign & Giveaway)</p> <p>-Melakukan pengecekan ulang brand dengan COO</p> <p>-Memulai offering kepada brand untuk bekerjasama melalui Whatsapp & Direct Message Instagram</p> <p>-Membalas Whatsapp & Direct Message Instagram dari brand yang bersangkutan dan melakukan meeting bersama client jika diperlukan.</p> <p>-Mengkoordinasi terkait penjadwalan posting di instagram bersama tim Marketing Communication</p> | <p>Untuk mendapatkan brand ingin ikut serta dalam program kerjasama Momsfluencer dan mencapai target brand yang diajak untuk bekerjasama.</p> | Ardian | 27 Mei 2021 - 7 Juni 2021 | <p>Menambahkan sebanyak 50 brand & online shop yang akan di offering untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer dan mendapatkan 1 brand yang akan diajak untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer serta melakukan Weekly Report terkait pekerjaan selama sepekan.</p> |

| | | | | |
|--|---|---------------|------------------------------------|---|
| <p>-Melakukan pencarian brand yang ingin diajak kerjasama dalam program kerjasama Momsfluencer (Collab Content, Campaign & Giveaway)</p> <p>-Melakukan pengecekan ulang brand dengan COO</p> <p>-Memulai offering kepada brand untuk bekerjasama melalui Whatsapp & Direct Message Instagram</p> <p>-Membalas Whatsapp & Direct Message Instagram dari brand yang bersangkutan dan melakukan meeting bersama client jika diperlukan.</p> <p>-Merencanakan program baru untuk website bersama tim</p> | <p>Untuk mendapatkan brand ingin ikut serta dalam program kerjasama Momsfluencer dan mencapai target brand yang diajak untuk bekerjasama.</p> | <p>Ardian</p> | <p>8 Juni - 16 Juni</p> | <p>Menambahkan sebanyak 100 brand & online shop yang akan di offering untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer dan mendapatkan sebanyak 2 brand yang akan diajak untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer Serta melakukan Weekly Report terkait pekerjaan selama sepekan.</p> |
| <p>-Melakukan pencarian brand yang ingin diajak kerjasama dalam program kerjasama Momsfluencer (Collab Content, Campaign & Giveaway)</p> | <p>Untuk mendapatkan brand ingin ikut serta dalam program kerjasama</p> | <p>Ardian</p> | <p>17 Juni 2021 - 25 Juni 2021</p> | <p>Menambahkan sebanyak 80 brand & online shop yang akan di offering untuk bekerjasama</p> |

| | | | | |
|---|---|---------------|-----------------------------------|--|
| <p>-Melakukan pengecekan brand dengan COO</p> <p>-Memulai offering kepada brand untuk bekerjasama melalui Whatsapp & Direct Message Instagram</p> <p>-Membalas Whatsapp & Direct Message Instagram dari brand yang bersangkutan dan melakukan meeting bersama client jika diperlukan.</p> | <p>Momsfluencer dan mencapai target brand yang diajak untuk bekerjasama.</p> | | | <p>dengan program Momsfluencer dan mendapatkan sebanyak 2 brand yang akan diajak untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer serta melakukan Weekly Report terkait pekerjaan selama sepekan.</p> |
| <p>-Melakukan pencarian brand yang ingin diajak kerjasama dalam program kerjasama Momsfluencer (Collab Content, Campaign & Giveaway)</p> <p>-Melakukan pengecekan ulang brand dengan COO</p> <p>-Memulai offering kepada brand untuk bekerjasama melalui Whatsapp & Direct Message Instagram</p> <p>-Membalas Whatsapp & Direct Message Instagram</p> | <p>Untuk mendapatkan brand ingin ikut serta dalam program kerjasama Momsfluencer dan mencapai target brand yang diajak untuk bekerjasama.</p> | <p>Ardian</p> | <p>28 Juni 2021 - 6 Juli 2021</p> | <p>Menambahkan sebanyak 75 brand & online shop yang akan di offering untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer dan mendapatkan sebanyak 2 brand yang akan diajak untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer</p> |

| | | | | |
|--|--|--------|----------------------------|--|
| dari brand yang bersangkutan dan melakukan meeting bersama client jika diperlukan. | | | | serta melakukan Weekly Report terkait pekerjaan selama sepekan. |
| -Melakukan pencarian brand yang ingin diajak kerjasama dalam program kerjasama Momsfluencer (Collab Content, Campaign & Giveaway) -Melakukan pengecekan ulang brand dengan COO -Memulai offering kepada brand untuk bekerjasama melalui Whatsapp & Direct Message Instagram -Membalas Whatsapp & Direct Message Instagram dari brand yang bersangkutan dan melakukan meeting bersama client jika diperlukan | Untuk mendapatkan brand ingin ikut serta dalam program kerjasama Momsfluencer dan mencapai target brand yang diajak untuk bekerjasama. | Ardian | 7 Juli 2021 - 14 Juli 2021 | Menambahkan sebanyak 100 brand & online shop yang akan di offering untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer dan Mendapatkan sebanyak 2 brand yang akan diajak untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer |

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

3.2.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

A. Ide & Content Instagram Story

Pada saat melakukan tugas mencari ide & membuat untuk konten instagram story, penulis harus memahami terlebih dahulu target *audience* yang akan disasar. Seperti siapa mereka, apa yang mereka sukai dan apa yang mereka butuhkan. Tujuannya agar konten yang dibuat dapat disesuaikan dengan target market yang akan dituju. Penulis dipercaya dan diberikan tanggung jawab mengenai pembuatan konten story instagram edisi bulan ramadan & lebaran. Pada saat merealisasikan ide menjadi bentuk konten penulis harus melakukan koordinasi terlebih dahulu kepada COO, untuk diperiksa kembali konten yang telah dibuat apakah bisa diterima dan sudah sesuai atau belum. Jika sudah, lalu setelah itu penulis menghubungi *Integrated Support Officer* agar konten bisa di posting di akun instagram Momsfluencer.

Berhubungan dengan bulan ramadan & lebaran penulis diminta untuk membuat konten dengan jenis *Entertain*. Jenis konten *entertain* itu sendiri dibuat untuk menghibur *audiens* yang akan akan meningkatkan *engagement rate*, dalam penyampaian tujuannya *entertain* konten ini biasanya menggunakan kuis, games, kompetisi dan vidio. Dengan adanya konten tersebut diharapkan dapat menciptakan adanya interaksi dengan *followers*, sehingga konten yang dibuat menjadi interaktif.

Penulis membuat beberapa konten *entertain* yang tujuannya untuk dapat menghibur, agar dapat menarik perhatian *followers* dan *followers* dapat mengikuti serta menikmati konten games yang disajikan. Selain itu penulis juga menganalisis segmentasi yang dimiliki oleh para *followers* momsfluencer, dari segi geografis mereka berasal dari Jabodetabek, Bandung, Surabaya dan Kalimantan. Lalu secara demografis yaitu para ibu yang memiliki usia sekitar 26-35 tahun yang mempunyai pekerjaan seperti ibu rumah tangga dan karyawan perusahaan. Dengan memiliki karakteristik hobi seperti ibu yang

gemar memasak, gemar mengikuti giveaway dan gemar mencari informasi melalui internet dan Instagram.

Dalam pembuatan konten *entertain*, penulis menggunakan berbagai fitur yang ada di Instagram seperti *polling untuk bermain* dan *question box* untuk bermain *games*. Konten yang disajikan beragam mulai *polling games* terkait minuman saat berbuka puasa, pilihan kue lebaran, makanan untuk berbuka puasa sampai kegiatan di hari lebaran. Selain *polling game*, penulis juga menggunakan *question box* untuk konten yang menjawab teka-teki gambar dan *sharing* kegiatan ibu-ibu selama bulan Ramadan dan Lebaran.



Gambar 3. 2 Contoh Konten Polling Games

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3. 3 Contoh Konten Entertain Question Box Games

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Dengan adanya penyajian konten dalam bentuk *polling game* dan *question box*, penulis mengetahui bagaimana antusias para followers terkait konten yang diberikan. Ketika *polling game*, *followers* hanya memilih yang sesuai dengan apa yang mereka sukai saja, tetapi pada saat *question box*, selain mereka menjawab pertanyaan *games*, mereka juga berantusias untuk meminta *games* berikutnya. Lalu ketika *question box* berisikan konten sharing, para *followers* berantusias untuk bercerita karena konten yang disajikan dianggap dapat memberikan hiburan kepada para ibu di waktu luangnya.

Dengan melihat hal tersebut penulis merasa konten *entertain* yang disajikan untuk para *followers* dapat memberikan hiburan bagi para ibu yang sedang mengisi waktu luang setelah mengurus anak seharian dirumah atau bagi para ibu yang sedang istirahat sehabis pulang kerja. Serta dapat menambah jumlah followers Instagram dan menciptakan engagement serta Insight di Instagram Momsfluencer.



Gambar 3. 4 Insight Polling Games

Sumber : Instagram Momsfluencer



Gambar 3. 5 Insight Question Box

Sumber : Instagram Momsfluencer

B. Event Bazaar Online Special Ramadhan

Selama kegiatan magang berlangsung, penulis di percaya oleh Pak Ardian selaku COO Momsfluencer untuk membantu mengundang beberapa toko online brand yang akan meramaikan Event Bazar Online Special Ramadan yang diselenggarakan pada 19 April - 2 Mei 2021. Tema pada event bazaar online kali ini adalah Dazzling Light in Souq. Kegiatan ini dilakukan secara online untuk memenuhi kerinduan akan sebuah event. Penulis dituntut untuk belajar membuat *wording* yang baik dan benar untuk nantinya digunakan ketika mengajak & mengundang para toko online & brand untuk bergabung dan meramaikan event ini.



Gambar 3. 6 Contoh Bazar Online Special Ramadhan

Sumber : Instagram Momsfluencer Bazaar

Berikut merupakan detail dari pekerjaan yang dilakukan selama Event Bazar Online Special Ramadhan berlangsung :

1. Menyiapkan Wording untuk Offering kepada toko online & brand.

Sebelum melakukan offering, penulis diminta menyiapkan wording untuk memulai alur komunikasi dengan para toko online &

brand. Penulis menyiapkan wording yang kemudian diperiksa kembali oleh Pak Ardian selaku COO, setelah mendapatkan saran dan masukan penulis dapat menjadikan wording tersebut sebagai alur utama untuk menjalin komunikasi dan relasi dengan para toko online & brand.

Berikut contoh wording yang dibuat oleh penulis :

“Halo (nama toko online / brand), Perkenalkan saya Alma dari tim event @momsfluencer.bazaar.

*Momsfluencer merupakan platform sharing & review,
Saat ini kami berencana untuk mengadakan Event Bazaar Online Special Ramadhan dan kami mengundang beberapa toko online & brand pilihan untuk ikut meramaikan Event ini.*

Mohon bantu info untuk mengirimkan pdf kami dapat menghubungi dengan kakak siapa?

Terima kasih atas informasinya”

2. Mencari dan memilih toko online & brand.

Selain menyiapkan *wording*, penulis dipercaya untuk mencari brand yang akan diundang dan diajak kerjasama pada saat event berlangsung. Setelah membuat *wording*, tahap selanjutnya penulis diajarkan cara mencari & memilih toko online & brand oleh Pak Ardian selaku COO. Dalam event ini tersedia berbagai vendor yang terkait dengan moms, baby & kids, mulai dari pakaian, tas, sepatu sampai dengan kebutuhan sehari-hari yang harus penulis cari dari semua kategori yang ada tersebut.

| No | Nama Tenant | Link Instagram | PIC | No | Email | Checklist contact |
|----|----------------------|---|----------------|------------------|--------------------------|------------------------------------|
| 1 | Little Palmer Haus | https://instagram.com/littlepalmerhaus | Natalia | 62 812-8387-8835 | | |
| 2 | bearynegray | https://instagram.com/bearynegray | felina jessica | 6287884353954 | | Join The event |
| 4 | little di babyshop | https://instagram.com/little.d.babyshop | | 62813899099 | | contact by whatsapp dan ig |
| 5 | Mother Care | https://instagram.com/mothercaremd | Arsahyana | 62 859-2203-2000 | | Not interest |
| 6 | cura kids | https://instagram.com/cura.kids | Melina | 6281218431399 | | Sudah di contact belum balas |
| 7 | berry.id | https://instagram.com/berry.id | Theresia | 62 811-3336-6333 | | Sudah di contact belum balas |
| 8 | Bimola | https://instagram.com/bimola_indonesia | siarty | 628119954888 | | Masih mau di discuss di management |
| 9 | InstaceHandSanitizer | | | | | |
| 10 | mxywp.id | https://instagram.com/mxywp.id | | | | |
| 11 | babydollang.co | https://instagram.com/babydollang.co | | 62 899-1646-054 | | Sudah di contact belum balas |
| 12 | vetytunier | https://instagram.com/vetytunier | Dimas | 628567959445 | | contact wa belum dibalas |
| 13 | radidswear | https://instagram.com/radidswear | | | | Sudah di contact belum balas |
| 14 | vulakidibaby | | | | | Sudah di contact belum balas |
| 15 | najmibabyandkids | | | | | contact whatsapp belum dibalas |
| 16 | jaccollection | https://instagram.com/jaccollection | | 6289680433585 | | contact whatsapp belum dibalas |
| 17 | gumobaby | https://instagram.com/gumobaby | elisa | 6282281438163 | | contact whatsapp belum dibalas |
| 18 | Peregagan | | | | | |
| 19 | Paku Indonesia | https://instagram.com/pakuidonesia | | | Pakuadmin@clarishome.com | Sudah di contact belum balas |
| 20 | otida_wear | https://instagram.com/otida_wear | | | | contact via whatsapp |
| 21 | Omo | https://instagram.com/omo.id | | | dian@aspekcapital.com | |
| 22 | orle kids | https://www.instagram.com/orle.kids | Janice | 62818211145 | | Email Momfluencer mau ikut |
| 23 | Goya Play | https://instagram.com/goya.play | Bunga | 87778311629 | | Join The event |
| 24 | babibee.id | https://www.instagram.com/babibee.id | | | | Belum Balas |
| 25 | anava_clothing | https://www.instagram.com/anava_clothing | | | | Belum Balas |

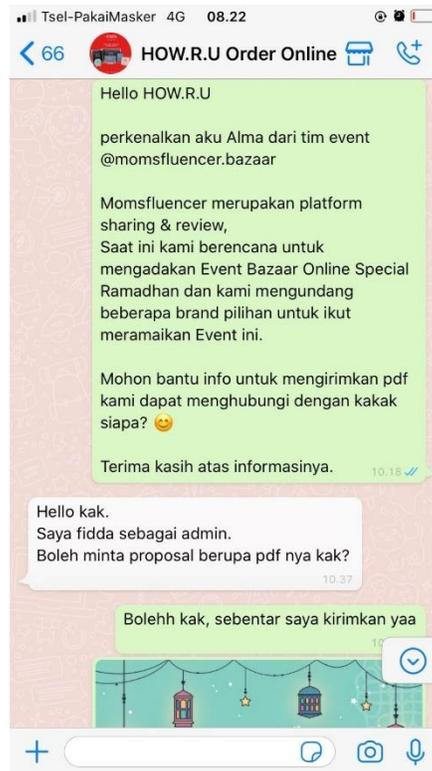
Gambar 3. 7 Nama-nama Brand yang akan di Offering

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Penulis berhasil mencari sekitar 200 toko online & brand yang akan di *offering* pada event bazar ini, lalu dari penemuan tersebut harus di periksa ulang oleh Pak Ardian. Berdasarkan gambar 3.7 terkait data nama-nama brand tujuannya untuk mempermudah pengecekan oleh karena itu dibuat melalui google sheet. Setelah pengecekan selesai, penulis baru memulai *offering* kepada calon partner yang akan bergabung dengan event bazar online special ramadhan ini.

3. Melakukan Offering kepada toko online & brand (calon partner)

Penulis melakukan *offering* kepada sekitar 200 toko online & brand yang telah dipilih oleh Pak Ardian dengan menggunakan *wording* yang telah disiapkan. Penulis melakukan offering dengan cara mencari tahu terlebih dahulu kontak yang bisa dihubungi seperti whatsapp dan email toko online & brand. Penulis berhasil mengajak sekitar 19 brand untuk bergabung meramaikan Event Bazar Online Special Ramadhan.



Gambar 3. 8 Contoh Offering kepada Calon Klien

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Selain itu, penulis juga menjelaskan beberapa pilihan Bazar Package mulai dari harga 200.000 akan mendapatkan posting feeds promo, story promo, posting brand participation dan feeds giveaway. Selain itu terdapat *add on* bagi toko online & brand yang ingin menggunakan *influencer* dalam mempromosikan produknya.

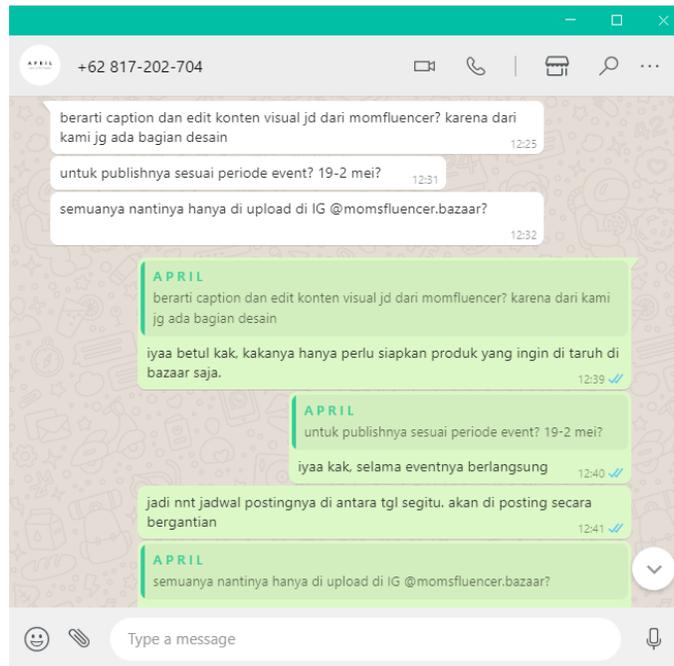


Gambar 3. 9 Contoh Bazaar Package

Sumber : Proposal Event Bazar Online Special Ramadhan

4. Menjadi contact person & melayani pertanyaan calon klien yang tertarik untuk kerja sama dalam event

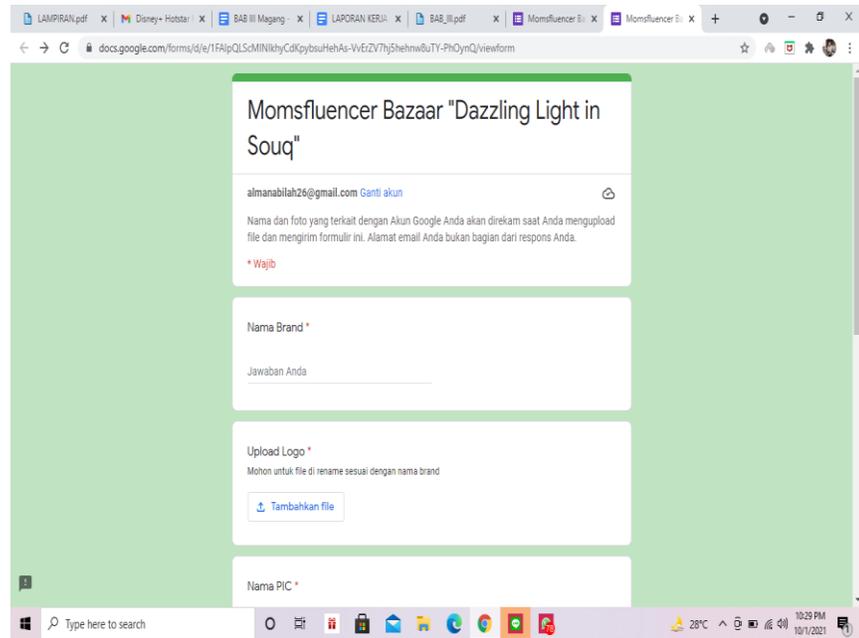
Dalam menjawab pertanyaan dari calon partner penulis perlu melakukan koordinasi dengan Pak Ardian, terlebih jika pertanyaannya memerlukan pertimbangan lebih lanjut. Penulis perlu mendiskusikannya terlebih dahulu sebelum menjawab pertanyaannya. Penulis melayani pertanyaan calon partner melalui Whatsapp & Email pertanyaan yang ditanyakan biasanya seputar bagaimana mekanisme bazar yang akan diselenggarakan.



Gambar 3. 10 Contoh pertanyaan dari toko online & brand

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Setelah melakukan *offering* dan tanya jawab seputar event bazar online ini, bagi calon *partner* sudah memahami dan ingin bergabung untuk meramaikan event bazar ini, tahap selanjutnya penulis akan mengarahkan kepada calon partner agar mengirimkan data berupa file yang berisikan produk yang ada di promosikan di bazar melalui email penulis alma.nabilah@momsfluencer.com mengisi google form yang telah di sediakan untuk di input datanya. Setelah pengisian google form, lalu diberikan MOU yang harus dibayarkan. Setelah melakukan pembayaran baru akan di proses untuk desain dari feeds dan story instagramnya



Gambar 3. 11 Contoh Google Form Bazaar

Sumber : Momsfluencers

C. Menjalankan program kerjasama Momspreneur

Selama praktik kerja magang, penulis juga diberikan kepercayaan dan tanggung jawab untuk menawarkan beberapa program kerjasama Momsfluencer kepada toko online & brand (calon partner). Dalam melakukan tugas tersebut penulis melakukan koordinasi dengan Pak Ardian selaku COO, Bu Sella selaku *Marketing Communication* & Bu Gisela selaku *Graphic Designer*.

Program kerjasama yang dimiliki momsfluencer yaitu kerjasama kolaborasi konten, kerjasama campaign & endorsment, kerjasama giveaway, kerjasama bazaar online, kerjasama kolaborasi komunitas dan kerjasama *corporate social responsibility (CSR)* .

Berikut merupakan detail dari pekerjaan program kerjasama Momsfluencer yang dilakukan penulis selama praktik kerja magang :

1. Menyiapkan Wording untuk Offering kepada calon partner

Pada saat melakukan tugas *wording*, penulis diminta untuk membuat *wording* untuk *offering* sebagai pembuka komunikasi kepada calon partner. Penulis membuat *wording* kemudian diperiksa ulang oleh Pak Ardian selaku COO untuk mendapatkan saran dan masukan terkait penulisan *wording*. Jika penulisan dalam *wording* sudah baik lalu *wording* tersebut bisa digunakan sebagai *offering* kepada calon *partner*.

Berikut contoh *wording* untuk *offering* yang digunakan :

“Halo (nama brand), perkenalkan Saya Alma dari @momsfluencer

Momsfluencer merupakan media sharing & review seputar ibu dan anak.

Kami tertarik meliput (nama brand) dengan membuat konten feed dan artikel di situs media blog kami. Selain itu kami juga dapat memperluas jangkauan audience melalui ratusan mom influencer kami.

Untuk menjelaskan lebih detail melalui pdf, kami mohon bantu info kontak yang dapat kami hubungi ?

Terima kasih atas kerjasama yang baik”

2. Mencari dan memilih toko online & brand (calon partner)

Penulis diberikan kepercayaan dan tanggung jawab oleh Pak Ardian untuk memegang calon brand partner yang akan diajak untuk bekerjasama dengan program Momsfluencer. Penulis dituntut untuk bisa mencari dan menambah toko online & brand sebanyak-banyaknya serta mendapatkan brand yang berhasil untuk diajak bekerja sama di setiap minggunya. Dalam melakukan tugas memegang ini, penulis perlu melakukan koordinasi langsung dengan pak Ardian untuk di cek

kembali terkait dengan calon brand partner yang akan dipilih untuk di offering.

Biasanya calon partner dipilih dengan beberapa kategori produk seperti produk ibu dan anak, perlengkapan rumah dan juga elektronik. Selain itu biasanya penulis menemukan toko online & brand melalui instagram karena dapat mempermudah penulis untuk mendapatkan calon brand partner yang selanjutnya.

| | NAMA BRAND | NAMA INSTAGRAM | KONTAK | NAMA PIC | PROGRESS |
|----|------------------|---|-----------------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| 23 | mirinday | https://www.instagram.com/mirinday/ | | | |
| 24 | mirinday | https://www.instagram.com/mirinday/ | | | |
| 25 | mirinday | https://www.instagram.com/mirinday/ | 02 812-2554-2619 | andya | aktif bulan webinar |
| 26 | parson indonesia | https://www.instagram.com/parsonindonesia/ | 625011750190 | gatra | aktif ins. last read |
| 27 | terima kiranya | https://www.instagram.com/terimakiranya_ig/ | marketing@terimakiranya.com | | aktif proposal |
| 28 | terima kiranya | https://www.instagram.com/terimakiranya_ig/ | 02 813-3778-0712 | | aktif ins |
| 29 | terima kiranya | https://www.instagram.com/terimakiranya_ig/ | | | aktif ins |
| 30 | terima kiranya | https://www.instagram.com/terimakiranya_ig/ | 02 886-4303-5445 | | aktif ins. aktif proposal |
| 31 | terima kiranya | https://www.instagram.com/terimakiranya_ig/ | 02 821-1416-7224 | | aktif ins |
| 32 | terima kiranya | https://www.instagram.com/terimakiranya_ig/ | 02 813-1783-5482 | | aktif ins |
| 33 | terima kiranya | https://www.instagram.com/terimakiranya_ig/ | 02 816-0807-0016 | | aktif ins |
| 34 | gymnastikultura | https://www.instagram.com/gymnastikultura_ig/ | | gymnastikultura@indonesia@gmail.com | aktif proposal |
| 35 | gymnastikultura | https://www.instagram.com/gymnastikultura_ig/ | | | aktif ins |
| 36 | gymnastikultura | https://www.instagram.com/gymnastikultura_ig/ | | | aktif ins |
| 37 | gymnastikultura | https://www.instagram.com/gymnastikultura_ig/ | 620111793095 | hanady | aktif proposal |
| 38 | gymnastikultura | https://www.instagram.com/gymnastikultura_ig/ | | | aktif ins |
| 39 | gymnastikultura | https://www.instagram.com/gymnastikultura_ig/ | 02 886-8677-1313 | | aktif ins |

Gambar 3. 12 Nama-Nama Calon Brand Partner

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Pada gambar 3.12 penulis memasukan data seputar nama toko online & brand, link instagram, kontak yang bisa dihubungi, nama admin atau bisa juga staff marketing dari brand dan yang terakhir progres yang dilakukan oleh penulis. Tujuannya agar Pak Ardian bisa mengontrol dan melihat apa yang sedang dilakukan oleh penulis melalui google sheet yang sudah ada. Biasanya penulis juga melakukan pengecekan ulang mengenai calon brand yang ingin di offering karena dikhawatirkan terdapat calon brand yang dimiliki oleh kompetitor. Lalu setelah pengecekan selesai penulis baru melakukan offering untuk mengajukan program kerjasama dengan Momsfluencer.

3. Melakukan Offering kepada toko online & brand (calon partner)

Sebelum melakukan offering, penulis mengecek kembali untuk memastikan proposal kerjasama Momsfluencer sudah lengkap. Karena di dalam proposal tersebut terdapat berbagai macam pilihan program kerjasama yang bisa diikuti oleh para calon brand partner. Penulis melakukan offering melalui Whatsapp dengan menggunakan wording yang telah dibuat sebagai alat komunikasi pertama dengan calon brand, kemudian setelah mendapatkan balasan baru penulis mengirimkan proposal kerjasamanya yang dapat calon brand pelajari lebih lanjut.



Gambar 3. 13 Contoh Offering kepada Calon Klien

Sumber : Dokumentasi pribadi penulis

Biasanya calon klien akan meminta penulis menjelaskan secara ulang apa saja benefit yang didapatkan dengan bergabung dengan program Momsfluencer. Penulis juga menjelaskan lebih jelas terkait dengan program kerjasama yang ditawarkan Momsfluencer beserta dengan benefitnya. Yang pertama, kerjasama kolaborasi konten dengan Mom & Sunny yang bertujuan untuk menjangkau audience dengan cara yang unik dan menarik. Yang kedua, kerjasama campaign & endorsement yang membantu mereview produk dengan mudah dan cepat dengan dukungan Momsfluencer. Yang ketiga, kerjasama giveaway tujuannya untuk meramaikan traffic dan meningkatkan jumlah followers. Yang keempat, kerjasama bazar online tujuannya agar dapat menjangkau audience dan traffic yang ramai pada saat event. Yang kelima, kerjasama kolaborasi komunitas tujuannya untuk berdiskusi, bertukar informasi dan berbagai cerita dalam bentuk sharing & live dan yang terakhir, kerjasama corporate social responsibility (CSR) tujuannya untuk berbagi kepada anak-anak yang membutuhkan melalui panti asuhan.

Setiap minggunya, penulis melakukan weekly report bersama tim marketing dan Pak Ardian selaku COO untuk membahas terkait apa saja kendala pada saat offering dan progress offering sudah sampai tahap seperti apa. Setiap orang wajib memberikan weekly report terkait dengan apa yang mereka kerjakan selama sepekan lalu Pak Ardian akan memberikan feedback dan support kepada kita.

4. Menjadi contact person & melayani pertanyaan calon klien yang tertarik untuk kerjasama

Sebagai contact person penulis dituntut untuk bisa menjelaskan secara jelas agar mudah dipahami oleh para calon brand partner. Selain itu penulis, pada saat menjawab pertanyaan calon klien yang memerlukan diskusi dengan anggota tim lain, penulis perlu melakukan

koordinasi dengan Pak Ardian terlebih jika pertanyaannya memerlukan pertimbangan lebih lanjut.



Gambar 3. 14 Contoh Pertanyaan dari Calon Klien

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Selain itu, penulis harus bersedia jika calon klien ingin mengadakan meeting untuk membahas program kerjasama ini melalui Google Meet. Penulis akan di dampingi oleh Pak Ardian atau anggota tim lain jika mengadakan meeting. Di dalam meeting calon klien biasanya menanyakan seputar bagaimana mekanisme dari setiap program kerjasamanya, meminta price list dari beberapa program yang ingin mereka minati dan ingin mengetahui bagaimana insight dari akun instagram Momsfluencer.

Selama penulis bertanggung jawab memegang brand untuk diajak bekerjasama terdapat 3 program unggulan yang paling sering di minati oleh para calon klien, yaitu :

1. Program Kerjasama Kolaborasi Konten



Gambar 3. 15 Contoh Kerjasama Kolaborasi Konten

Sumber : Instagram Momsflencer

Program kolaborasi konten ini seperti mereview & mempromosikan dengan Mom & Sunny sebagai maskot dari Momsflencer. Tujuannya untuk menjangkau audience dengan cara yang unik dan menarik. Kolaborasi konten ini tidak mempunyai harga khusus (free) karena Momsflencer ingin membantu calon klien untuk mempromosikan produknya. Hal yang perlu disiapkan oleh calon klien apabila ingin kolaborasi konten yaitu dengan mempersiapkan foto produk yang ingin dipromosikan, manfaat & detail produk dan logo brand. Setelah data yang diperlukan sudah siap lalu penulis akan meminta agar data tersebut di email ke penulis agar dapat diproses lebih lanjut.

2. Program Kerjasama Giveaway

Program kerjasama giveaway ini tujuannya untuk meramaikan traffic dan meningkatkan jumlah followers di akun

instagram calon klien. Untuk itu dalam program kerjasama giveaway ini Momsfluencer memiliki management rate sebesar Rp. 200.000 yang harus calon klien bayar. Hal yang perlu disiapkan oleh calon klien apabila ingin melakukan giveaway di akun Momsfluencer yaitu foto produk yang ingin di giveaway kan, logo brand dan syarat khusus untuk mengikuti giveaway. Selain itu, penulis juga perlu mengetahui jumlah pemenang di dalam giveaway, besaran total hadiah giveaway yang diberikan dan durasi giveaway yang akan dilakukan seperti 7-10 hari. Setelah data yang diminta sudah disiapkan penulis akan meminta agar data tersebut di email ke penulis agar dapat diproses lebih lanjut. Pengumuman hasil giveaway akan diundi secara acak menggunakan aplikasi dan diumumkan di instagram story Momsfluencer.



Gambar 3. 16 Contoh Kerjasama Giveaway

Sumber : Instagram Momsfluencer

3. Program kerjasama Endorsement & Campaign

Pada program kerjasama endorsement & campaign dapat membantu mereview produk dengan mudah dan cepat dengan dukungan Momsfluencer. Momsfluencer memberikan harga mulai dari 500.000 sampai 50.000.000 untuk endorsement dengan berbagai pilihan Nano, Micro, Macro sampai Mega influencer sesuai dengan kebutuhan dan budget dari calon klien.



Gambar 3. 17 Contoh Kerjasama Endorsement & Campaign

Sumber : Instagram Momsfluencer Network

Hal yang perlu disiapkan oleh calon klien apabila ingin melakukan endorsement & campaign yaitu :

- Kriteria influencer yang diinginkan
Dengan mengetahui kriteria yang diinginkan oleh calon klien, penulis akan memberikan kriteria tersebut kepada KOL specialist. Lalu setelah itu KOL specialist memberikan daftar nama beserta link instagram influencer yang memenuhi kriteria yang calon klien

inginkan. Setelah itu calon klien dapat melihat dan memilih influencenya.

- Memberitahu terkait produk yang akan di endorse.

Dengan mengetahui produk dan manfaat dari produk yang akan di endorse akan mempermudah dalam pembuatan briefing text untuk influencer dalam mereview produk.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama kegiatan kerja magang di PT Creatorz Media Network (Momsfluencer). Selain membutuhkan penyesuaian dalam bekerja, penulis juga mendapatkan pengalaman dan juga pembelajaran mengenai hal-hal baru. Penulis menemukan beberapa kendala saat pelaksanaan program kerja magang, berikut kendala yang ditemukan :

1. Momsfluencer yang belum terlalu dikenal masyarakat

Pada saat penulis melakukan praktik kerja magang Momsfluencer belum begitu dikenal oleh konsumen, toko online dan brand. Penulis diberikan pengenalan dan tanggung jawab terkait apa saja pekerjaan yang harus dilakukan selama 3 bulan oleh Pak Ardian selaku COO. Namun saat melakukan pekerjaannya penulis kesulitan membangun relasi dengan konsumen baru, toko online & brand karena kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap Momsfluencer itu sendiri. Oleh sebab itu, beberapa pekerjaan terhambat dan belum sesuai target.

2. Kurangnya rasa percaya brand partner terhadap Momsfluencer

Pada saat penulis melakukan offering kepada toko online & brand, penulis mendapatkan kendala yaitu kurangnya rasa percaya brand partner terhadap Momsfluencer. Tak jarang saat melakukan offering, hanya dibaca saja tanpa dibalas lalu beberapa toko online dan brand juga meragukan insight yang dimiliki oleh Momsfluencer. Dalam sehari penulis melakukan offering kepada 50-100 toko online & brand tetapi hanya 2-3 maksimal yang berhasil untuk

diajak kerjasama. Dengan minimnya pengetahuan dan kesadaran terhadap Momsfluencer mereka kurang begitu yakin dan bertanya tanya seputar apa itu Momsfluencer, bagaimana mekanisme kerjasamanya dan apa benefitnya bagi mereka. Dengan adanya hal tersebut, tentunya menghambat penulis dalam mencapai target untuk mengajak toko online & brand bekerjasama dengan Momsfluencer.

3. **Tidak mendapatkan akses penjadwalan posting (IMC)**

Pada saat penulis berhasil mengajak toko online & brand untuk bekerjasama dengan Momsfluencer, sering kali mereka bertanya seputar kapan akan di posting terlebih toko online & brand meminta segera di posting dalam waktu dekat. Beberapa kali penulis mendapat komplain dari toko online & brand terkait dengan terlambatnya waktu posting yang telah dijanjikan sebelumnya. Dengan adanya hambatan seperti itu, penulis perlu koordinasi dengan tim Marketing Communication untuk menanyakan kembali jadwal postingnya, lalu melakukan koordinasi dengan Admin terkait kendala apa yang menyebabkan terlambatnya waktu posting dan juga melakukan koordinasi dengan tim Graphic design terkait kontennya sudah selesai dibuat atau belum. Hal tersebut terjadi karena penulis tidak mengetahui pasti jadwal yang telah ditentukan.

4. **Kurangnya interaksi di instagram story**

Pada saat magang, penulis dipercaya oleh Pak Ardian selaku COO untuk memegang dan meramaikan instagram story dengan konten special ramadhan. Penulis melihat hambatan pada sebelum-sebelumnya konten instagram story diberikan tidak terlalu sering hanya beberapa kali saja. Dengan kurangnya interaksi yang aktif antara instagram Momsfluencer dan followers mengakibatkan insight yang dihasilkan melalui instagram story sangat kurang.

5. **Kurangnya interaksi di website**

Pada saat penulis membuka website yang terdapat pada bio instagram Momsfluencer, penulis mendapatkan kendala yaitu kurangnya program yang diberikan di dalam website agar website tidak monoton selalu berkaitan dengan informasi tips dan trik. Dengan kurangnya program baru yang disajikan di

dalam website membuat interaksi & insight yang dihasilkan oleh website masih kurang. Dengan adanya masalah tersebut, penulis bersama dengan rekan-rekan kerja di bidang marketing mengadakan meeting via whatsapp memikirkan program baru yang dalam disajikan di dalam website momsfluencer dimana dalam meeting tersebut dipantau oleh Pak Ardian selaku COO.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Beberapa kendala yang timbul pada saat penulis melaksanakan praktik kerja magang memang harus segera ditemukan jalan keluarnya. Sebelum menemukan solusi terkait kendala yang muncul penulis dan tim perlu melakukan koordinasi dengan Pak Ardian selaku COO agar solusi yang diberikan oleh penulis dan tim dapat diterima serta dijalankan atau tidak agar dapat mengatasi permasalahan yang ada. Berikut solusi dari kendala yang ditemukan :

1. SPIN Selling dan memperluas jangkauan sosial media

Pada melakukan pekerjaannya penulis dan tim marketing yang lain merasa kesulitan membangun relasi dengan konsumen, toko online & brand karena kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap Momsfluencer itu sendiri. Melihat permasalahan tersebut penulis perlu melakukan interaksi dan emotional bonding lebih baik dalam membangun relasi dengan konsumen baru, lalu untuk mempertahankan relasi dengan konsumen lama yaitu dengan retensi dimana penulis mengetahui seperti apa saja brand yang dapat menajanjikan di masa yang akan datang untuk Momsfluencer. Serta dalam melakukan approaching kepada calon brand penulis perlu memperhatikan SPIN Selling agar meminimalisir terjadinya penolakan.

Selain itu, tim marketing memberikan masukan kepada Pak Ardian selaku COO, untuk memperluas jangkauan sosial media Momsfluencer selain menggunakan Instagram juga menggunakan Tiktok. Pada saat itu Tiktok merupakan aplikasi yang tengah trend digunakan banyak orang terlebih saat pandemic covid 19. Pak Ardian beberapa kali melakukan meeting bersama Tiktok terkait dengan tips dan trik agar vidio atau konten yang dibuat bisa FYP.

2. Menciptakan program kerjasama yang menarik dan event

Dengan melihat kendala mengenai kurangnya rasa percaya brand partner terhadap Momsfluencer, Pada saat itu sedang berada di bulan ramadhan, Pak Ardian selaku COO berdiskusi dengan tim marketing menjelaskan dengan melihat peluang tersebut untuk mengadakan Event Bazaar Online Special Ramadhan. Dengan adanya event tersebut membuat semakin dikenal oleh masyarakat karena melihat antusias dari konsumen dan brand partnernya yang secara tidak langsung menciptakan kredibilitas Momsfluencer.

Melihat hal tersebut, tim marketing & Pak Ardian sepakat untuk menciptakan beberapa pilihan program kerjasama seperti kerjasama kolaborasi konten dengan Mom & Sunny yang bertujuan untuk menjangkau audience dengan cara yang unik dan menarik, kerjasama campaign & endorsement yang membantu mereview produk dengan mudah dan cepat dengan dukungan Momsfluencer, kerjasama giveaway tujuannya untuk meramaikan traffic dan meningkatkan jumlah followers, kerjasama bazar online tujuannya agar dapat menjangkau audience dan traffic yang ramai pada saat event, kerjasama kolaborasi komunitas tujuannya untuk berdiskusi, bertukar informasi dan berbagai cerita dalam bentuk sharing & live dan kerjasama corporate social responsibility (CSR) tujuannya untuk berbagi kepada anak-anak yang membutuhkan melalui panti asuhan.

Hingga saat ini, beberapa program yang dimiliki momsfluencer dapat membantu mengenalkan apa itu momsfluencer ke masyarakat luas terutama para ibu-ibu sebagai konsumennya serta para brand partner dan menciptakan kredibilitas tersendiri.

3. Membuat penjadwalan posting dan memberi akses kepada tim

Untuk mengatasi kendala ini penulis dan tim berdiskusi lalu menyepakati bahwa penjadwalan posting harus diketahui dan dibuat jelas agar tidak adanya kejadian telat posting. Penulis, tim marketing & pak Ardian sepakat untuk membuat penjadwalan posting dan juga memberikan akses

kepada pemegang brand agar dapat melihat penjadwalan yang kosong serta mengadakan remainder jika sudah mendekati waktu posting.

4. Rutinnya membuat konten story

Dengan melihat kurangnya interaksi yang aktif antara instagram Momsfluencer dan followers mengakibatkan insight yang dihasilkan melalui instagram story masih kurang. Oleh karena itu penulis berdiskusi dengan Pak Ardian seputar penyajian konten yang harus rutin dan penulis juga memberikan masukan untuk pembuatan konten yang disajikan bisa dengan kategori Educate & Convince. Dimana konten educate ini jenis konten yang akan mengedukasi audiens sedangkan konten convince jenis konten yang mengajak audiens melakukan sesuatu secara rasional dengan tujuan akhir adalah pembelian produk brand partner yang telah Momsfluencer promosikan di feeds instagramnya.

5. Terciptanya Program Momsprenuer

Dengan melihat kurangnya program yang diberikan di dalam website mengakibatkan kurangnya insight & traffic di website Momsfluencer. Penulis, tim marketing dan Pak Ardian memberikan memikirkan solusi agar konten website tidak monoton selalu berkaitan dengan informasi tips dan trik. Penulis berdiskusi dengan yang lain dan menyarankan untuk menggunakan konten Inspire, dimana jenis konten tersebut konten yang dapat menciptakan emosi audience. Sehingga terciptanya program Mompreneur, program mompreneur ini tujuannya untuk menginspirasi para ibu di luar sana untuk tidak patah semangat dan bisa menciptakan peluang bisnis. Karena Mompreneur sendiri bekerjasama dengan para owner toko online / brand yang perempuan dengan menceritakan kisah sukses mereka, tantangan dan juga motivasi.

Berkali-kali Gagal, Akhirnya Rica Temukan Kesuksesan di Bisnis Baby n Kids

6/18/2021

0 Comments



Gambar 3. 18 Program Mompreneur

Sumber : Website Momsfluencer