

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam melakukan praktik kerja magang di PT Digital Kuliner Nusantara (Yummy Corp), penulis memiliki posisi sebagai *Social Media Intern* yang termasuk bagian dari divisi Marketing Yummykitchen yaitu salah satu bisnis unit dari Yummy Corp. Dalam divisi marketing terdapat 9 orang yang memiliki tugas berbeda – beda dengan tanggung jawab masing – masing. Sebagai *Social Media Intern*, melakukan pekerjaan yang berhubungan dengan perencanaan strategi *social media marketing* dan juga *influencer marketing* dari Yummykitchen untuk dapat memberikan informasi jelas kepada audiens media sosial dan juga membangun hubungan yang baik. Selama magang, memiliki pembimbing lapangan (supervisi) yaitu Anggie Eka Putri sebagai *social media specialist* dari Yummykitchen.

Anggie Eka Putri merupakan salah satu bagian dari divisi marketing Yummykitchen yang memiliki tanggungjawab untuk memastikan seluruh kegiatan *social media marketing* Yummykitchen berjalan dengan baik. Penulis diberi tanggung jawab dalam pekerjaan dan dibimbing dalam melaksanakan kerjanya. Penulis dibimbing dalam membuat *content brief*, membuat laporan, perencanaan *influencer marketing*, pembuatan *copy* untuk *caption* Instagram dan pekerjaan lainnya yang berhubungan dengan *media social*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Sebagai *Social Media Intern*, bertugas untuk melakukan perencanaan *content social media* dari Yummykitchen yaitu Instagram dan TikTok, selain itu juga memiliki tanggung jawab untuk merancang *Influencer Marketing* dari Yummykitchen yang biasa dilakukan untuk mempromosikan *brand* atau *campaign* yang berjalan setiap bulannya.

Selain perencanaan, juga harus mengeksekusi ide dan rancangan yang sudah dibuat dan memastikan tanggung jawab yang diberikan sudah

dilaksanakan dengan baik. Setelah mengeksekusi rancangan *social media*, juga harus melakukan evaluasi dan pertanggung jawaban dengan membuat laporan akan aktivitas media sosial yang sudah dijalankan. Diluar tugas sebagai *social media intern*, juga tidak menutup kesempatan untuk mengerjakan tugas diluar jangkauan jika dibutuhkan. Uraian pekerjaan yang dilakukan selama menjadi *Social Media Intern* di Yummy Corp terangkum dalam tabel berikut ini.

Tabel 3.1
Aktivitas Kerja Magang

Minggu Ke	Jenis Pekerjaan Yang Dilakukan Mahasiswa
1 2-3 sept	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Memikirkan ide konten dan <i>brief</i> untuk Instagram Yummykitchen • Posting konten pada Instagram @id.yummykitchen • Membuat konten <i>This or That</i> untuk story Instagram
2 6-12 sept	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat list <i>potential influencer</i> untuk <i>campaign</i> Malamoo & Promo End of Month • Posting Instagram <i>Story Brand Promotion</i> • Membuat konten Instagram <i>Story Fact or Myth</i> • Memposting 6 konten pada Instagram @id.yummykitchen • Membuat <i>list paid promote</i> lowongan kerja Surabaya • Memikirkan ide konten dan <i>brief</i> untuk Instagram Yummykitchen • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Menghubungi pemenang <i>giveaway</i> Yummykitchen x Local Taste
3 13 – 19 sept	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Memikirkan ide konten dan <i>brief</i> untuk Instagram Yummykitchen • Memposting 5 konten pada Instagram @id.yummykitchen • Membuat <i>list potential influencer</i> untuk <i>campaign activation new outlet</i> Yummykitchen di Surabaya • Menghubungi <i>Influencer</i> untuk melakukan <i>endorsement</i> dan menentukan jadwal • Menghubungi pemenang <i>giveaway</i> Yummykitchen x Local Taste
4 20 – 26 sept	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Menghubungi <i>Influencer</i> untuk <i>campaign</i> End Of Month & Malamoo • Menentukan pemenang <i>giveaway</i> Yummykitchen x Pop Cookies • Membuat konten Instagram <i>Story</i> tebak gambar • Membuat 3 video TikTok Yummykitchen • <i>Posting</i> Instagram <i>Story Brand Promotion</i> • Memposting 5 konten <i>feeds</i> pada Instagram @id.yummykitchen • Membuat <i>list potential influencer</i> untuk <i>expansion</i> Yummykitchen Surabaya
5 27 – 3 oct	<ul style="list-style-type: none"> • Memposting 5 konten <i>feeds</i> pada Instagram @id.yummykitchen • Membuat konten <i>story reminder promo end of month</i> dan konten interaktif <i>international coffee day</i> • Posting Instagram <i>Story Brand Promotion</i> • Mencari pemenang <i>giveaway</i> Acaii Tea x Yummykitchen

	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>influencer report</i> Malamoo & <i>end of month</i> bulan September • Memikirkan ide konten dan <i>brief</i> untuk Instagram Yummykitchen • Menghubungi berbagai <i>Paid Promote Surabaya</i> dan melakukan <i>Paid Promote</i> untuk lowongan kerja Yummykitchen Surabaya • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen
6 4 – 10 oct	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Membuat konten interaktif <i>Instagram Story Polling</i> cari mana <i>emoticons</i> yang asli • Memposting 5 konten <i>feeds</i> pada Instagram @id.yummykitchen • Memikirkan ide konten dan <i>brief</i> untuk Instagram Yummykitchen • Mencari pemenang <i>giveaway</i> Miyou x Yummykitchen
7 11 – 17 oct	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Memposting 5 konten <i>feeds</i> pada Instagram @id.yummykitchen • <i>Approach potential influencer</i> untuk <i>campaign</i> Yummykitchen Surabaya • Memikirkan ide konten dan <i>brief</i> untuk Instagram Yummykitchen • Listing <i>influencer campaign brand</i> Northpole & <i>Promo end of month</i>
8 18 – 24 oct	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Memposting 5 konten <i>feeds</i> pada Instagram @id.yummykitchen • Memikirkan ide konten untuk Instagram Yummykitchen • <i>Approach</i> dan memastikan <i>influencer</i> untuk <i>campaign promo end of month</i> bulan oktober Yummykitchen • Posting <i>Instagram Story Brand Promotion</i>
9 25 – 31 oct	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Memposting 5 konten <i>feeds</i> pada Instagram @id.yummykitchen • Posting <i>Instagram Story Brand Promotion</i> • Memikirkan ide konten untuk Instagram Yummykitchen • Membuat konten <i>story</i> rekomendasi menu makan siang, <i>snack</i>, dan minuman Yummykitchen • Memastikan <i>influencer</i> untuk <i>campaign promo end of month</i> bulan oktober Yummykitchen
10 1 – 7 nov	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Memposting 5 konten <i>feeds</i> pada Instagram @id.yummykitchen • Memikirkan ide konten dan <i>brief</i> untuk Instagram Yummykitchen • Membuat <i>brief</i> untuk <i>giveaway</i> Tubo • Posting <i>Instagram Story Brand Promotion</i>
11 8 – 14 nov	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Memposting 4 konten <i>feeds</i> pada Instagram @id.yummykitchen • Memikirkan ide konten dan <i>brief</i> untuk Instagram Yummykitchen • Membuat <i>brief</i> untuk <i>giveaway</i> coldstone • Posting <i>Instagram Story Brand Promotion</i>
12 15 – 21 nov	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Memposting 6 konten <i>feeds</i> pada Instagram @id.yummykitchen • Memikirkan ide konten dan <i>brief</i> untuk Instagram Yummykitchen • Membuat <i>brief giveaway</i> Ayam Pusaka Abadi • Posting <i>Instagram Story Brand Promotion</i>
13 22 – 28 oct	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen • Memposting 6 konten <i>feeds</i> pada Instagram @id.yummykitchen • Memikirkan ide konten dan <i>brief</i> untuk Instagram Yummykitchen • Memberikan dan membuat <i>brief</i> untuk posting <i>campaign bouclette</i> kepada <i>influencer</i> • Membuat <i>brief giveaway</i> Makbar • Posting <i>Instagram Story Brand Promotion</i>
14	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Social Media Report</i> Yummy Kitchen

29 – 5 dec	<ul style="list-style-type: none"> • Memposting 5 konten <i>feeds</i> pada Instagram @id.yummykitchen • Memikirkan ide konten dan <i>brief</i> untuk Instagram Yummykitchen • Membuat <i>linktree</i> dan <i>linkly</i> untuk <i>influencer Flash Sale 12.12</i> Yummykitchen • Membuat <i>brief giveaway</i> Azzurra Gelato • <i>Posting Instagram Story Brand Promotion</i> • Mencari pemenang <i>giveaway cold stone</i> • Menghubungi <i>influencer Bandung</i>
---------------	--

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.3 *Social Media Specialist*

Social Media Specialist adalah sebuah jabatan pekerjaan yang termasuk kedalam industri *Digital Marketing* dan memiliki tanggung jawab untuk membuat strategi serta mengelola media sosial sebuah perusahaan atau organisasi seperti Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, dan media sosial lainnya yang dimiliki sebuah perusahaan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan *awareness* dan *engagement* dari sebuah perusahaan melalui strategi *social media marketing* yang telah dibuat oleh *social media specialist* yang memiliki tujuan akhir menciptakan konversi pembelian melalui konten baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada umumnya, *social media specialist* membuat rancangan strategi *social media marketing*, menjalankannya, serta melakukan evaluasi dan laporan dari kegiatan yang sudah dijalankan. Tanggung jawab *social media specialist* sebagai berikut (Jessica, 2021):

1. Dapat memahami profil audiens dengan baik.
2. Memiliki jadwal *posting* yang terarah
3. Memaksimalkan *branding*
4. Membantu meningkatkan *customer support*
5. Menjadikan kontrol media sosial lebih baik

Dari tanggung jawab yang harus dijalankan oleh seorang *social media specialist* tersebut, posisi *social media specialist* Yummykitchen

menjalankan tanggung jawab tersebut dengan baik dimana *social media specialist* telah memahami profil audiens dengan baik yang merupakan masyarakat berusia 18 – 35 tahun yang memiliki sebuah kebiasaan atau *behavior* memesan makanan *online* dan suka dengan promo, sehingga konten yang dibuat juga menyesuaikan dengan audiens. Yummykitchen juga memiliki jadwal *posting* yang jelas dikarenakan memiliki kalender konten, selain itu Yummykitchen juga memaksimalkan *branding* dengan baik dimana semua konten maupun strategi yang dibuat selalu menggunakan *branding* khas dari Yummykitchen, dan yang terakhir dengan adanya *social media specialist* dapat membantu Yummykitchen untuk meningkatkan *customer support* serta menjadikan kontrol media sosial lebih baik dan terarah.

3.3.4 Social Media Marketing

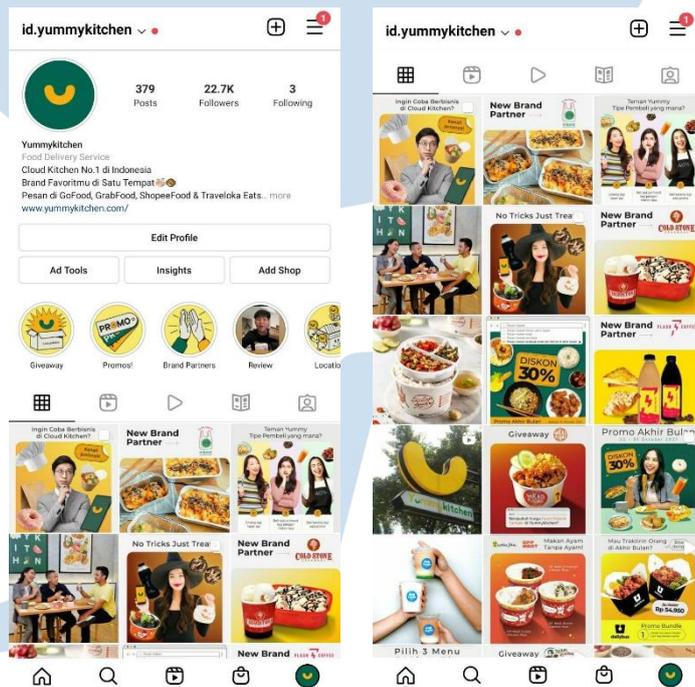
Dengan kemajuan teknologi yang berkembang dengan pesat, kata media sosial mungkin sudah tidak asing di telinga dan menjadi bagian dari kehidupan sehari – hari. Media sosial menurut Kotler dan Keller (2016) adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Berkembangnya media sosial dan juga manfaat – manfaat yang ditawarkan serta kemudahan mengakses media sosial membuka kesempatan untuk perusahaan atau brand untuk melakukan aktivitas pemasaran pada media sosial atau yang sering disebut sebagai *social media marketing*.

Social media marketing menurut Gunelius (2011) merupakan suatu bentuk pemasaran langsung ataupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, daya ingat, dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang, atau entitas lainnya dan dilakukan dengan menggunakan alat dari *web* sosial seperti *blogging*, *microblogging*, *social networking*, *social bookmarking*, dan *content sharing*. Menurut Gunelius (2011) ada lima tujuan paling umum dari *social media marketing* yaitu untuk membangun relasi, membangun sebuah *brand*, sarana publisitas perusahaan, sarana melakukan promosi,

dan juga dengan *social media marketing* sebuah merek bisa melakukan *market research* untuk mengetahui kebutuhan serta perilaku dari konsumen.

Sebagai *social media intern* di Yummy Corp, cakupan aktivitas *social media marketing* yang dilakukan adalah: mencari ide dan referensi konten baik Instagram maupun TikTok, menungkan ide kreatif, aware dengan *trend* yang sedang ramai, membuat *brief content*, membuat *caption content*, dan lain – lain. Saat menjalankan aktivitas *social media marketing*, juga melakukan *social media planning* dengan melakukan riset terlebih dahulu dan mencari referensi konten yang relevan dengan perusahaan atau *message* yang ingin disampaikan.

Gambar 3.1
Instagram Yummykitchen @id.yummykitchen



(Hasil tangkapan layar, 2021)

Yummykitchen merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *cloud kitchen* yang memberikan *service online food delivery* yang bekerja sama dengan banyak *brand partner* sehingga setiap konten yang direncanakan seputar dibidang kuliner dan info *brand partner* dengan

menampilkan visual yang unik dan ciri khas dari Yummykitchen. Dalam menjalankan *social media marketing*, membantu dalam merancang konten *brief* Instagram feeds dan story yang dikerjakan dalam *content idea* setiap minggunya seperti gambar dibawah ini.

Gambar 3.2
Content Idea @id.yummykitchen

No	Pillar	Idea	Jenis	Referensi	Link	Status
27	Selling		Feeds			Posted
28	Selling	Reminder (promo, campaign etc)	Feeds			Posted

(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

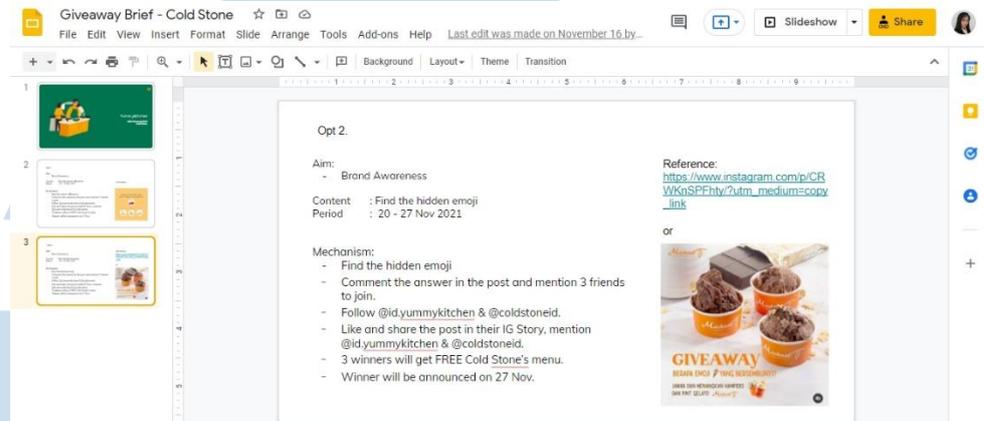
Gambar 3.3
Content Idea @id.yummykitchen

No	Pillar	Idea	Jenis	Referensi	Link	Status
23	Selling	Slide 1: 50rb dapat apa ya?, slide 2: list makanan under 50k + promo end of month	Feeds			Posted
24	Selling	To do list (bisa diganti general yummykitchen atau fokus ke suatu campaign/promo)	Feeds			

(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.4
Content Brief @id.yummykitchen



(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

Menurut Gunelius (2011) terdapat empat elemen yang dijadikan sebagai variabel kesuksesan *social media marketing* yaitu:

- **Content Creation**

Konten yang menarik menjadi landasan strategi dalam melakukan *social media marketing*. Konten yang dibuat harus menarik serta harus mewakili kepribadian dari sebuah bisnis agar dapat dipercaya oleh target konsumen. Jika dilihat dari konten yang dieksekusi, terlihat bahwa *content* Yummykitchen dibuat sesuai dengan bahasa ciri khas brand dan juga menggambarkan *image brand* dan dibuat menarik kepada *audience*.

Gambar 3.5
Content Instagram Yummykitchen



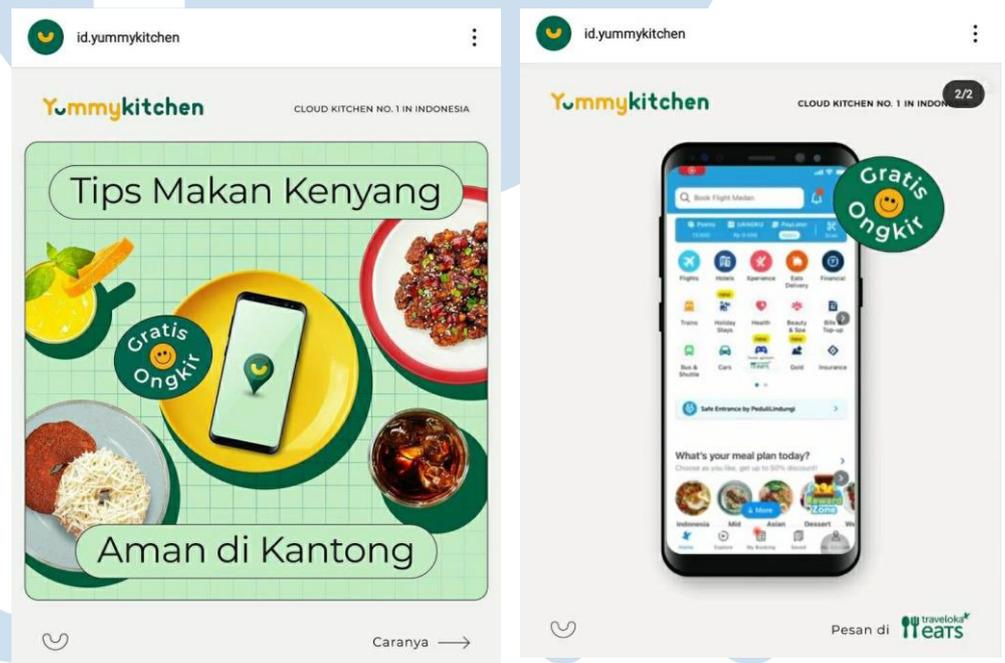
(Sumber: Hasil tangkapan layar, 2021)

- **Content Sharing**

Membagikan konten kepada *community* dapat membantu memperluas jaringan sebuah bisnis dan memperluas *online audience*. Dengan membuat konten dapat menghasilkan penjualan tidak langsung dan langsung tergantung pada jenis konten yang dibagikan. Pada elemen ini, Yummykitchen membuat konten seperti promosi produk dan *brand*, memberikan informasi promo, memperkenalkan *brand* baru, dan hal lainnya yang secara langsung maupun tidak langsung mengajak *audience* yang melihat untuk melakukan pembelian di Yummykitchen

Gambar 3.6

Content Instagram Yummykitchen



(Sumber: Hasil tangkapan layar, 2021)

- **Connecting**

Media sosial bisa memungkinkan seseorang bertemu dengan lebih banyak orang yang memiliki minat yang sama. Jaringan yang luas dapat membangun hubungan yang dapat menghasilkan lebih banyak bisnis. Komunikasi yang jujur dan hati-hati harus diperhatikan saat melakukan *social media marketing*. Dalam hal ini,

content yang disajikan dari Yummykitchen seputar makanan dan kuliner, selain itu dengan menyajikan konten-konten, Yummykitchen berinteraksi dengan audiensnya yang biasa disebut dengan Teman Yummy.

Gambar 3.7
Content Instagram Yummykitchen



(Sumber: Hasil tangkapan layar, 2021)

• **Community Building**

Komunitas tidak bisa dilupakan dalam kegiatan *social media marketing* dan merupakan aspek penting. *Social media* merupakan sebuah komunitas *online* besar individu dimana terjadi interaksi antar manusia yang tinggal di seluruh dunia dengan menggunakan teknologi. Membangun komunitas di internet bisa menghasilkan *word of mouth* yang memiliki hasil akhir meningkatkan *brand awareness* dan juga konversi penjualan. Dari elemen ini, Yummykitchen dengan aktif mengajak komunitasnya untuk berinteraksi bukan hanya satu arah, tetapi dua arah seperti membuat konten interaktif dan *mini quiz* di *story*

Gambar 3.8

Content Instagram Yummykitchen



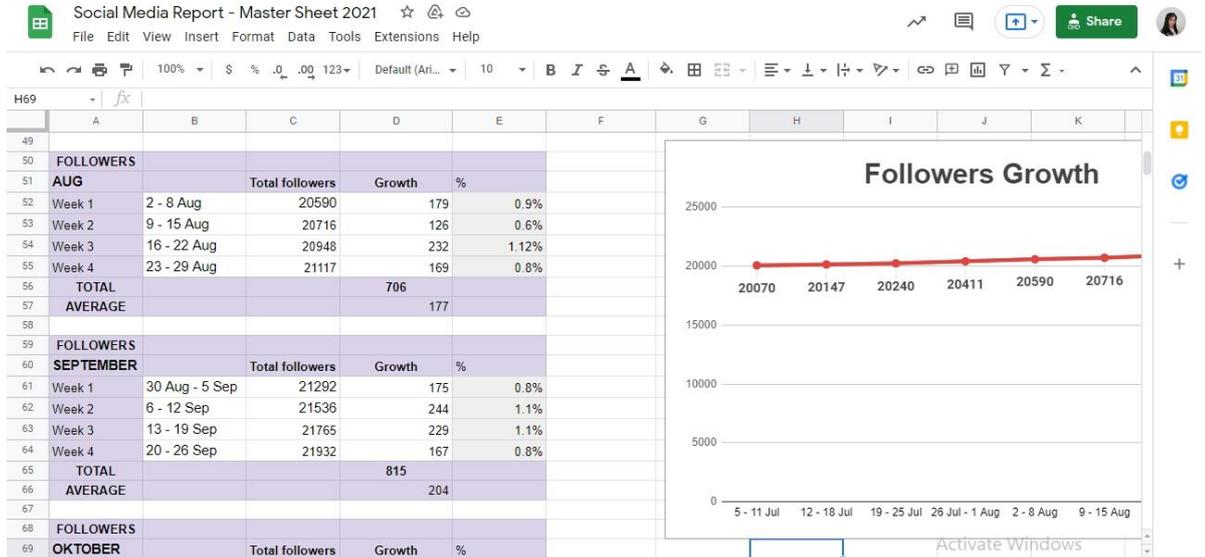
(Sumber: Hasil tangkapan layar, 2021)

Setelah melakukan empat elemen faktor kesuksesan *social media marketing* tersebut, dalam sebuah kegiatan terutama kegiatan marketing, dibutuhkan evaluasi untuk dapat menilai dan juga memutuskan langkah kedepannya dari aktivitas yang sudah dijalankan, menentukan apakah aktivitas tersebut memberikan dampak yang signifikan, baik atau buruk, dan sesuai dengan objektif atau tidak. Oleh karena itu juga mengisi *social media report* untuk dapat melihat progress dan juga content mana saja yang memiliki respon yang baik dan bagian mana yang harus di diperbaiki lagi dan menjadi panduan dalam membuat konten atau kegiatan *social media marketing* selanjutnya.

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

Gambar 3.9

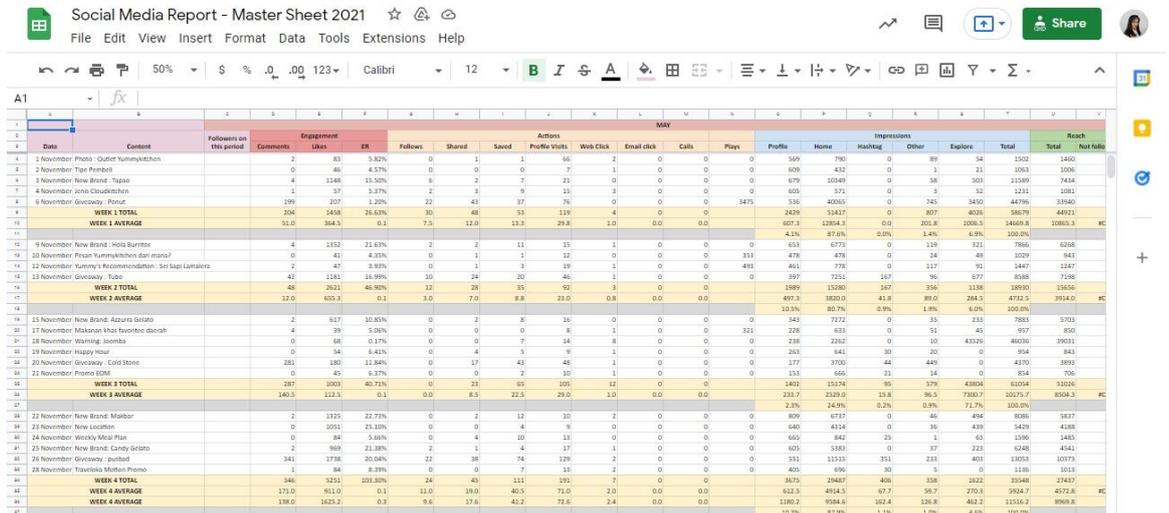
Report Followers Growth Instagram Yummykitchen



(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

Gambar 3.10

Social Media Report Yummykitchen



(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

3.3.5 *Influencer Marketing*

Dengan menjalankan *social media marketing* seperti yang dijelaskan diatas, untuk mengoptimalkan kegiatan marketing maka dilakukan *influencer marketing* yang diharapkan dapat meningkatkan brand awareness dari perusahaan dan juga *engagement* dari *social media* perusahaan. Menurut Backaler (2019, p. 17), dengan adanya kepercayaan masyarakat terhadap word of mouth atau rekomendasi seorang *opinion leader*, *influencer marketing* marak digunakan dalam strategi marketing kini. Menurut Miller (2020, p. 155), *influencer marketing* adalah cara esensial untuk meningkatkan peluang viralitas bisnis agar dapat menambah jangkauan, *engagement*, *followers*.

Selama praktik kerja magang di Yummykitchen, melakukan kegiatan *Influencer Marketing* untuk menunjang kegiatan marketing dari Yummykitchen. Kegiatan *influencer marketing* biasanya dilakukan saat diadakan *end of month promo* atau jika ada *campaign* dari suatu brand. Dalam melakukan *influencer marketing*, membuat *listing* dari *influencer* yang sekiranya tepat dan cocok atau sesuai dengan target dari Yummykitchen. Dalam tahap memilih *influencer*, mempertimbangkan beberapa hal seperti kesesuaian *content* dari ciri khas *influencer*, jumlah *followers*, *rate engagement*, dan juga *feeds* dari *influencer* tersebut.

Berdasarkan *Influencer Marketing Hub* (2021), *Influencer* memiliki 4 tipe jenis yang dikategorikan berdasarkan jumlah followers yaitu:

- a) Mega: Artis atau selebritas yang sudah terkenal dengan lebih dari 1.000.000 *followers*
- b) Macro: 100.000-999.999 *followers*
- c) Micro: 10.000-99.999 *followers*
- d) Nano: 1.000-9.999 *followers*

Gambar 3.11

Listing Influencer Marketing Yummykitchen

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I
	Username	Location	Channel	Followers	Level	Existing Brands Endorsement	Product Category	Rate	Notes
2	@cohrirans	Jakarta	Instagram	42.3k	Micro		Food, lifestyle, fashion	1.42%	gak accept endorsement
3	@haniefaasty	Jakarta	Instagram	52.5k	Micro		Beauty, food	1.59%	
4	@annisalslamiah	Jakarta	Instagram	28k	Micro		Beauty	4.17%	Barter OK
5	@megarossaly	Jakarta	Instagram	13.8k	Micro		Lifestyle, beauty	0.58%	
6	@ryanottelo	Jakarta	Instagram	15.3k	Micro		travel, food, menswear	1.84%	
7	@jessica_sisy	Jakarta	Instagram	21.9k	Micro		Foodies	2.38%	Barter OK
8	@foodvaw	Jakarta	Instagram	24.3k	Micro		Foodies	0.33%	Barter OK
9	@ula_raa	Tangerang	Instagram	23.2k	Micro		Lifestyle	2.77%	Barter OK
10	@estercarolinako	Jakarta	Instagram	15.2k	Micro		Lifestyle, parenting	1.96%	Barter OK
11	@ghassayy	Jakarta	Instagram	10k	Micro		Lifestyle	5.32%	Barter OK
12	@kriskatandagho	Jakarta	Instagram	10.8k	Micro		Lifestyle	11.97%	Barter OK
13	@mbakayumm	Jakarta	Instagram	15.8k	Micro		Lifestyle	3.59%	Fee
14	@khanianangelica	Jakarta	Instagram	17k	Micro		Music, Lifestyle	1.75%	
15	@agnesvalerie09	Jakarta	Instagram	10.6k	Micro		Lifestyle	8.80%	Barter OK
16	@fabrinagraciaa	Jakarta	Instagram	22.6k	Micro		Lifestyle	2.92%	Barter OK
17	@janetyanandra	Jakarta	Instagram	37.6k	Micro		Lifestyle, fashion	1.64%	
18	@jessicaacindy	Jakarta	Instagram	12k	Micro		Lifestyle	3.96%	
19	@victorialysa	Jakarta	Instagram	12.9k	Micro		Lifestyle	2.43%	Barter OK
20	@claracokroyolis	Jakarta	Instagram	11.6k	Micro		Lifestyle	2.42%	Barter OK
21	@intansesm	Jakarta	Instagram	24.7k	Micro		Lifestyle	0.81%	

(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

Setelah melakukan *listing* dan mengontak *influencer* untuk menawarkan kerjasama, membuat brief serta link yang harus disertakan dalam konten yang diupload oleh *influencer*. Brief disesuaikan dengan *campaign* yang saat itu dijalankan dan link setiap *influencer* berbeda dikarenakan ingin mengetahui seberapa banyak jumlah *click* yang terjadi untuk mengetahui *impact* dari kegiatan *influencer marketing* tersebut.

Gambar 3.12

Brief Influencer Marketing Yummykitchen

Brief

- Review makanan

- Yummykitchen, solusi cari makan mudah dan hemat. Ada banyak brand favorit kalian termasuk (nama brand yang dikirim) yang lagi dicobain ini Tersedia di Grabfood, Gofood, Shopee Food dan Traveloka Eats. Banyak banget pilihan promo yang bikin kantong hepi. Saat ini ada promo End of Month 30% sampai akhir bulan

Swipe up untuk order atau search Yummykitchen dan temukan brand favorit terdekat dari kalian.

Lihat info menarik lainnya seperti promo, brand terbaru, giveaway di Instagram @id.yummykitchen

(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

Gambar 3.13

Kegiatan *Influencer Marketing* Yummykitchen



(Sumber: Hasil tangkapan layar, 2021)

Untuk mengukur tingkat efektivitas dari *influencer marketing* dan juga bahan pertimbangan kegiatan *influencer marketing* selanjutnya, maka membuat report *influencer marketing* sebagai bentuk pertanggung jawaban yang berisi jumlah *click* yang berhasil dibuat dari postingan yang sudah diunggah, harga yang harus dikeluarkan, dan juga meminta *insight* dari *influencer* tersebut.

Gambar 3.14

Report *Influencer Marketing* Yummykitchen

No	Name	Account	Date of Delivery	Brand Deliverd	Cost	Total	Result (Clicks)
29		@veronicapurbawajaya	16 Oct	North Pole Gelato - Lotus Biscoff Gelato 250ml - Blueberry Sorbet 250ml	75000 75000	150000	16
30		@cellarakus	26 Oct	- Chir Chir - Crispy Fried Tenders Regular - Pomut - 1/2 Lusin Favorit	89000 80000	169000	7
31		@vervee_	26 Oct	- AppleHerbs - Famine Goddess 350ml - Dailybox - Gochujang Chicken	45000 31000	76000	75
32		@nattayalaksita	27 Oct	- Shirato - Salmon Mozzarella - Dailybox - Beef Teriyaki	35000 43500	78500	3
33		@jsscgnwn	26 Oct	- Chir Chir - Garlicy Tenders Regular - Suwar Suwir - Nasi Putih Ayam Suwir Betutu	89000 33000	122000	106

(Sumber: Hasil tangkapan layar, 2021)

3.4 Kendala yang dialami

Selama menjalani praktik kerja magang sebagai *social media intern* di PT Digital Kuliner Nusantara dengan *business unit* Yummykitchen, penulis menemukan beberapa kendala yang dijabarkan sebagai berikut.

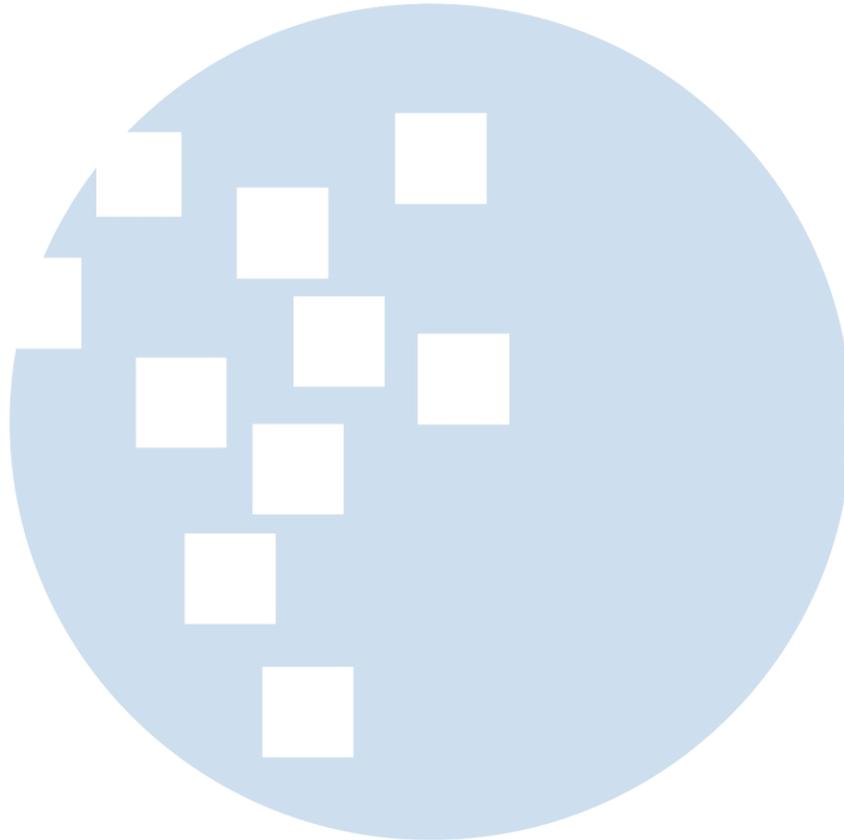
1. Dalam menghubungi *talent* atau *influencer* untuk melakukan kerjasama, sering menemukan kesulitan dalam berkomunikasi dengan *talent* dikarenakan *talent* yang sangat *slow respon* dan juga mengganti jadwal atau berhalangan secara tiba – tiba yang menyebabkan harus mengatur jadwal ulang.
2. Adanya kesulitan berkoordinasi dengan divisi lain atau adanya miskomunikasi seperti tidak bisa mengirimkan produk kepada *talent* sesuai jadwal.
3. Dengan bisnis yang bergerak di *cloudkitchen* yang termasuk baru, memiliki sedikit kesulitan dalam membuat konten yang berhubungan dengan industri ini dan juga kompetitor yang belum terlalu banyak.

3.5 Solusi Atas Kendala yang Dialami

Dengan kendala yang dialami oleh, maka beberapa solusi untuk mengatasi kendala tersebut seperti berikut.

1. Menghubungi *talent* jauh – jauh hari dan memberikan *brief* serta arahan yang jelas, selain itu juga bisa mengkontak lebih banyak *talent* sebagai tindakan preventif jika *talent* yang sudah di *arrange* memiliki masalah mendadak sehingga jumlah *talent* untuk *influencer marketing* dalam melaksanakan *campaign* tidak menjadi lebih sedikit.
2. Memberikan *list contact talent* dan juga tanggal pengiriman jauh-jauh hari dan juga memastikan terlebih dahulu kepada divisi operasional untuk bertanya *availability* pengiriman dengan tanggal yang sudah ditetapkan.
3. Memperkaya ilmu tentang industri kuliner berbasis digital terutama dengan dapur awan atau yang dikenal dengan *cloud kitchen*. Hal ini bisa dilakukan dengan *menganalisis content brand* lain dan mengkaitkannya

dengan industri kuliner. Sadar dan *update* dengan *trend* yang berlangsung dan bisa diterapkan di Yummykitchen.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA