

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

##### 3.1.1 Kedudukan

Selama penulis melakukan kegiatan praktek kerja magang di Wearinasia, penulis bekerja pada divisi *Social Media Team*. Dalam divisi ini, penulis dibimbing oleh Bapak Andrew Jason Gunawan selaku *Chief Marketing Officer (CMO)* dan Ibu Sinta selaku *Marketing Promotion, Collaboration, and Partnership*. Dalam melaksanakan kegiatan praktek kerja magang, penulis mendapatkan tugas untuk bertanggung jawab atas konten yang diunggah oleh perusahaan untuk kepentingan konsumen. Penulis juga ikut serta dalam merencanakan dan membuat konten, visualisasi *design*, evaluasi hasil akhir konten, dan eksekusi pengunggahan konten di platform *social media*. Penulis juga aktif dalam bekerja sama dengan *Graphic Designer*. Dimana *Graphic Designer* atau desainer grafis, merupakan sebuah pekerjaan menciptakan ilustrasi, tipografi, fotografi, atau grafis motion baik untuk penerbit maupun media cetak dan elektronik. Selain dengan *Graphic Designer*, penulis juga aktif dalam bekerja sama dengan para *Photographer*. Dimana *Photographer* atau juru foto merupakan orang-orang yang membuat gambar dengan cara menangkap cahaya dari objek atau subyek gambar dengan kamera maupun peralatan fotografi lainnya. Selain berhubungan dengan para tim di Wearinasia, penulis juga berkomunikasi dengan orang-orang yang meninggalkan komentar pada kolom komentar postingan *social media*. Penulis juga membalas pesan maupun pertanyaan yang masuk pada *social media*.

Tugas harian yang rutin dikerjakan oleh penulis setiap harinya adalah membuat konten untuk diunggah di *social media* Dronestoreid dan WIACatalogue. Penulis melakukan perancangan konten untuk *social media* dengan memikirkan konten yang akan diunggah, terdiri dari:

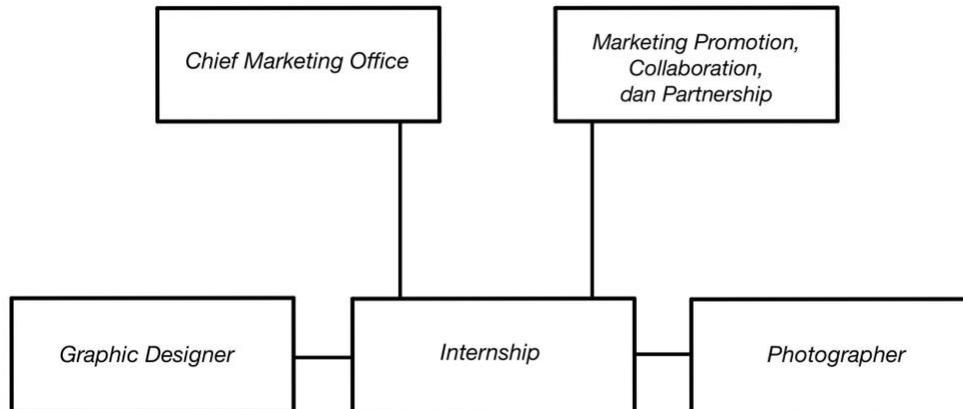
1. Memikirkan konsep apa yang akan diunggah ke *social media*:
  - a. Menggunakan *brand* apa.

- b. Menggunakan produk yang mana dari *brand* tersebut.
2. Mencari referensi tentang konsep yang akan digunakan.
3. Membuat jadwal pengunggahan konten ke *social media*:
  - a. Tanggal
  - b. Waktu
  - c. Platform
4. Membuat isi konten dengan menggunakan *copywriting* agar hasil konten lebih menarik dan mudah dipahami oleh orang-orang yang akan membaca isi konten tersebut
5. Menyelesaikan pembuatan daftar konten dengan mencantumkan akun pemilik foto atau video (*credit*).
6. Merencanakan produk-produk yang akan diunggah ke katalog *social media* perusahaan dengan cara:
  - a. Merencanakan produk-produk apa saja yang akan difoto.
  - b. Berdiskusi dengan *photographer* untuk menentukan tanggal dan waktu *photoshoot* produk.
  - c. Membantu *photographer* untuk mengarahkan letak dan posisi produk yang di foto.
  - d. Mengunggah hasil jadi foto produk-produk yang sudah di finalisasi.

Penulis juga ikut serta dalam pengambilan gambar produk-produk yang akan diunggah ke *social media*. Mulai dari memberi ide, mengarahkan *Photographer*, dan yang lainnya sampai foto produk-produk sesuai dengan standar perusahaan dan bisa diunggah ke *social media*.

### 3.1.2 Koordinasi

Dalam pelaksanaan kegiatan praktek kerja magang di Wearinasia, penulis berkoordinasi langsung dengan Bapak Andrew Jason Gunawan selaku *Chief Marketing Office (CMO)* dan Ibu Sinta selaku *Marketing Promotion, Collaboration, dan Partnership* untuk berkonsultasi mengenai konten yang akan diunggah ke *social media*. Selain dari pihak atas, penulis juga berkoordinasi dengan tim *Graphic Designer* untuk urusan konten yang membutuhkan bantuan *Graphic Designer* dan tim *Photographer* untuk proses pengambilan gambar produk-produk. Berikut merupakan struktur kegiatan praktek kerja magang penulis:



Sumber: Wearinasia

Gambar 3.1 Koordinasi Kegiatan Praktek Kerja Magang Penulis

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis melakukan kegiatan praktek kerja magang pada divisi *Social Media Team* Wearinasia yang dimulai pada tanggal 01 Juli 2021 - 01 Januari 2022. Selama penulis melakukan kegiatan praktek kerja magang, penulis memfokuskan diri pada strategi *social media marketing* untuk meningkatkan *engagement* dan *activity* terhadap pelanggan lama maupun pelanggan baru seperti yang terdapat pada tabel 3.2

No.	Jenis Pekerjaan	Koordinasi	Tujuan	Frekuensi
1.	Membuat konten produk untuk instagram <i>feeds</i> .	Bapak Andrew Jason Gunawan (CMO) & Ibu Sinta ( <i>Marketing Promotion, Collaboration, and Partnership</i> )	Meningkatkan <i>conversion</i> dan <i>engagement</i> terhadap konsumen.	Tujuh kali dalam satu minggu.
2.	Membuat konten produk untuk instagram <i>story</i> .	Bapak Andrew Jason Gunawan (CMO) & Ibu Sinta ( <i>Marketing Promotion, Collaboration, and Partnership</i> )	Meningkatkan <i>conversion</i> dan <i>engagement</i> terhadap konsumen.	3 kali dalam satu minggu.
3.	Membalas pertanyaan dari	Bapak Andrew Jason	Memberikan	Satu sampai

	konsumen dan memberikan solusi kepada pertanyaan tersebut.	Gunawan (CMO) & Ibu Sinta ( <i>Marketing Promotion, Collaboration, and Partnership</i> )	solusi yang dibutuhkan dan yang dikeluhkan oleh para konsumen.	dua kali dalam satu minggu.
4.	Membuat konsep dan isi konten promo bulanan.	Bapak Andrew Jason Gunawan (CMO) & Ibu Sinta ( <i>Marketing Promotion, Collaboration, and Partnership</i> )	Meningkatkan ketertarikan dan minat beli konsumen.	Satu sampai dua bulan sekali.
5.	Membuat konsep dan isi konten promo dari <i>brand</i> yang bersangkutan.	Bapak Andrew Jason Gunawan (CMO) & Ibu Sinta ( <i>Marketing Promotion, Collaboration, and Partnership</i> )	Meningkatkan ketertarikan dan minat beli konsumen.	Satu sampai dua bulan sekali.
6.	Membuat konsep dan isi konten <i>listicle</i> .	Bapak Andrew Jason Gunawan (CMO) & Ibu Sinta ( <i>Marketing Promotion, Collaboration, and Partnership</i> )		Empat kali dalam satu minggu.
7.	Membuat konsep <i>photoshoot</i> untuk produk dan isi konten untuk katalog <i>social media</i> .	Bapak Andrew Jason Gunawan (CMO) & Ibu Sinta ( <i>Marketing Promotion, Collaboration, and Partnership</i> )	Memudahkan konsumen untuk melihat produk yang dicari.	Dua sampai tiga kali dalam satu minggu.
8.	Menjadi <i>talent</i> untuk kegiatan <i>photoshoot</i> beberapa produk.	Bapak Andrew Jason Gunawan (CMO) & Ibu Sinta ( <i>Marketing Promotion, Collaboration, and Partnership</i> )	Menambahkan ide-ide pada saat <i>photoshoot</i> .	Satu sampai dua kali dalam satu minggu.

Tabel 3.2 Tugas Yang Dilakukan Oleh Penulis Selama Kegiatan Praktek Kerja Magang

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan & Implementasi Kerja Magang

Selama penulis melakukan kegiatan praktek kerja magang di Wearinasia, penulis telah melakukan tugas-tugas yang berkaitan dengan Strategi *Social Media Marketing*. Dimana strategi tersebut diterapkan pada keseharian pekerjaan penulis.

##### A. Membuat Konten Produk untuk Instagram Feeds

Dalam pembuatan konten produk, yang pertama penulis harus menentukan produk apa yang akan diunggah sebagai konten, kemudian penulis mengisi tanggal, waktu, platform, isi konten, *brand*, *approval*, dan keterangan. Berikut adalah langkah-langkah penulis dalam membuat konten produk

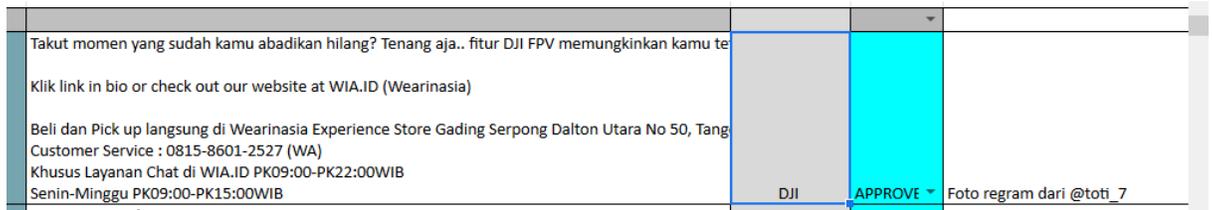
1. Menentukan produk apa yang akan dibuat konten produk.
2. Mengisi tanggal konten produk yang akan diunggah mulai dari tahun, bulan, dan hari.
3. Mengisi platform *social media* apa yang akan digunakan. Yaitu Instagram *feeds* atau Instagram *story*.
4. Membuat isi konten dengan menggunakan copywriting yang baik dan benar.

469				
470				
471				Takut momen yang sudah kamu abadikan hilang? Tenang aja.. fitur DJI FPV memungkinkan kamu tetap bisa memiliki hasil rekaman cadangan dengan resolusi 720p 60fps meskipun terdapat kejadian dimana kamu tidak bisa menyelamatkan micro-SD mu.. Klik link in bio or check out our website at WIA.ID (Wearinasia) Beli dan Pick up langsung di Wearinasia Experience Store Gading Serpong Dalton Utara No 50, Tangerang. Customer Service : 0815-8601-2527 (WA) Khusus Layanan Chat di WIA.ID PK09:00-PK22:00WIB Senin-Minggu PK09:00-PK15:00WIB
472		12.00	IG feeds	
473	2021-09-18	18.00	IG story	

Sumber: Lembar Sheets Kerja Penulis

Gambar 3.2 Isi konten

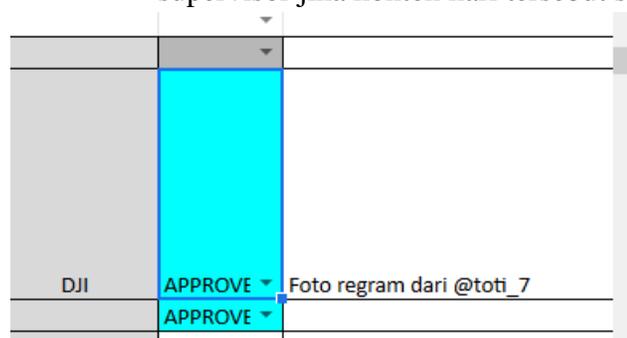
5. Mengisi *brand* apa yang akan diunggah sebagai konten produk



Sumber: Lembar Sheets Kerja Penulis

Gambar 3.3 Brand Untuk Konten Produk

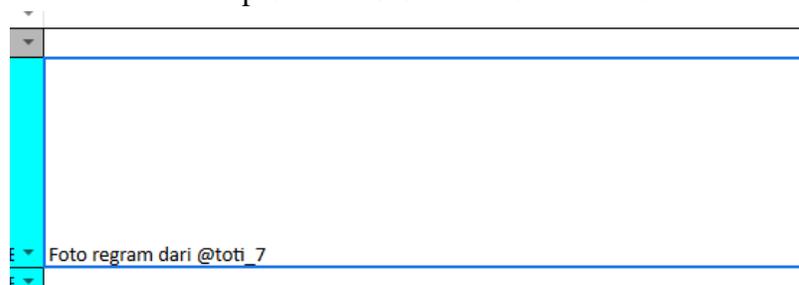
6. Bagian *approval* akan dicek dan diisi *approve* oleh supervisor jika konten hari tersebut sudah benar



Sumber: Lembar Sheets Kerja Penulis

Gambar 3.4 Bagian Approval

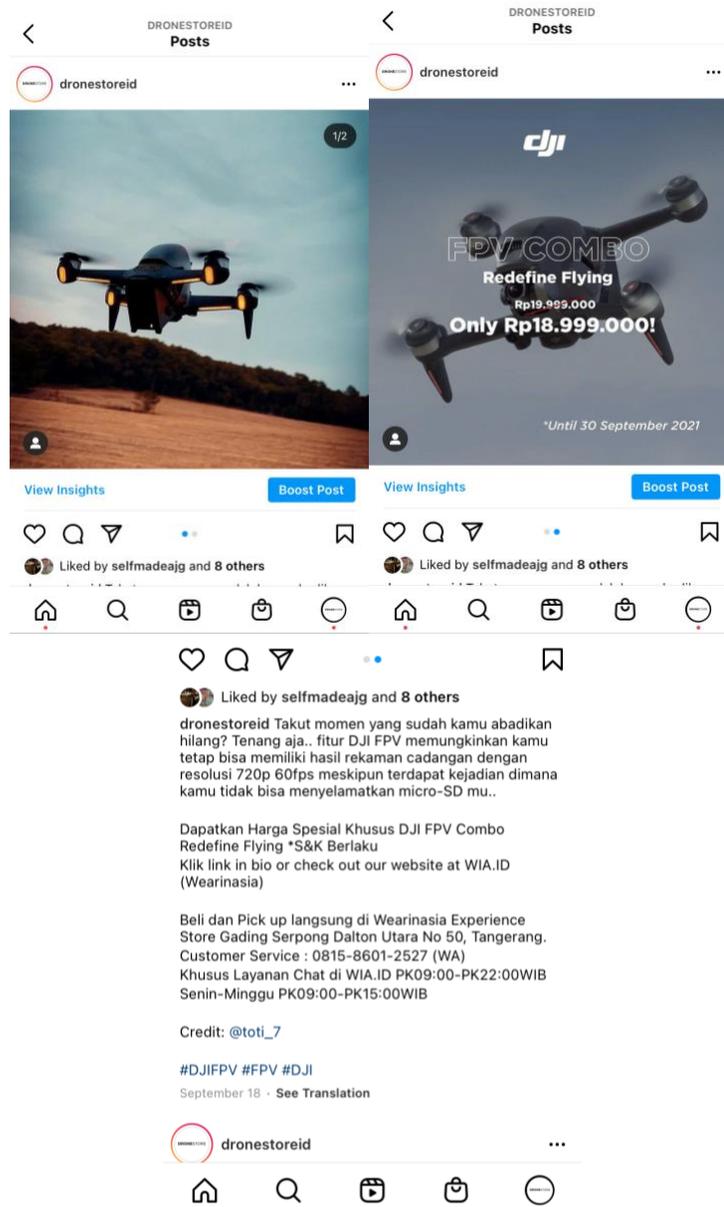
7. Mengisi keterangan dengan *credit* atau sumber foto produk tersebut diambil dari mana.



Sumber: Lembar Sheets Kerja Penulis

Gambar 3.5 Bagian Keterangan

Dan setelah mengikuti langkah-langkah tersebut, maka penulis hanya tinggal mengeksekusi konten produk yang akan diunggah, dan hasilnya akan seperti ini



*Sumber: Akun Instagram Dronestore*

*Gambar 3.6 Unggahan Instagram Feeds*

### **B. Membuat Konten Produk untuk Instagram Story**

Langkah-langkah dalam membuat Instagram *Story* hampir sama dengan membuat konten produk untuk Instagram *feeds*. Perbedaannya adalah Instagram *story* memiliki isi konten yang lebih simpel. Yaitu

dengan me *regram* atau melakukan *story* ulang dengan menggunakan sumber atau *credit* dari Instagram *story* orang lain. Hasilnya akan seperti ini



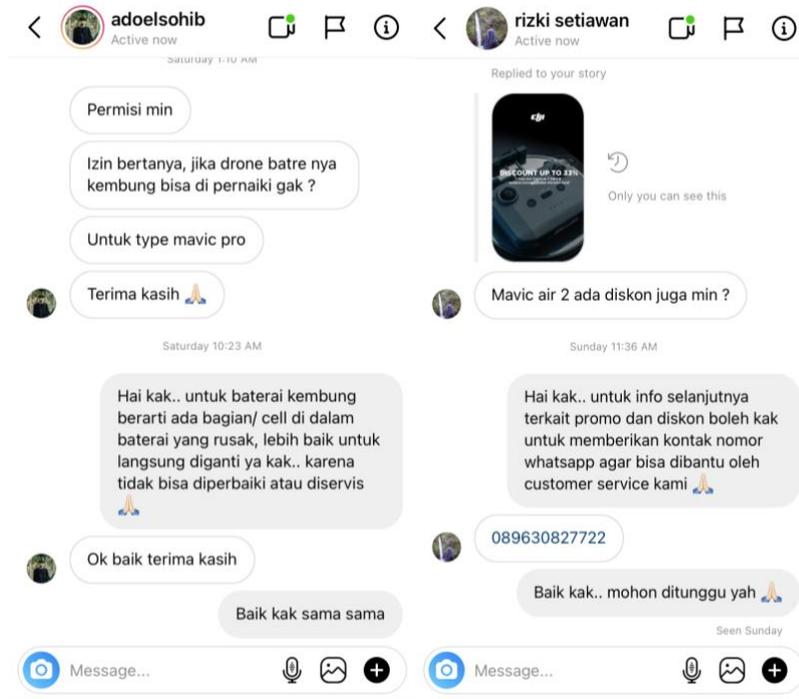
*Sumber: Akun Instagram Dronestore*

*Gambar 3.7 Unggahan Post Story*

Seperti pada gambar diatas, penulis melakukan *regram* dan tidak lupa penulis selalu mencantumkan sumber atau *credit* dari video orang tersebut dan melakukan *tag* pada akun sumber atau *credit* video tersebut.

### **C. Membalas Pertanyaan dari Konsumen dan Memberikan Solusi Kepada Pertanyaan Tersebut**

Penulis juga bertanggung jawab untuk bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan dari konsumen dan memberikan solusi yang membantu. Berikut merupakan beberapa pertanyaan yang konsumen tanyakan kepada akun Instagram Dronestore



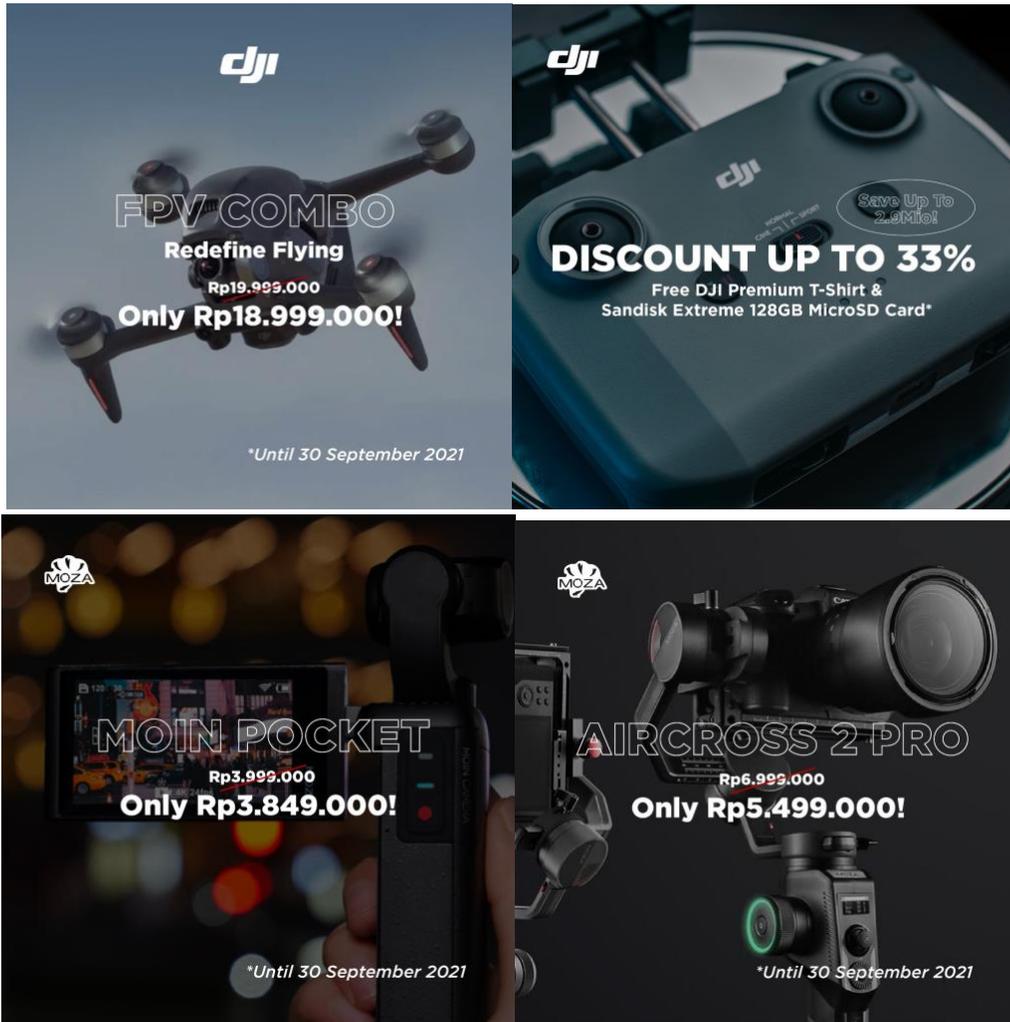
*Sumber: Direct Message Akun Instagram Dronestore  
Gambar 3.8 Direct Message Dari Para Konsumen*

#### **D. Membuat Konsep dan Isi Konten Promo Bulanan**

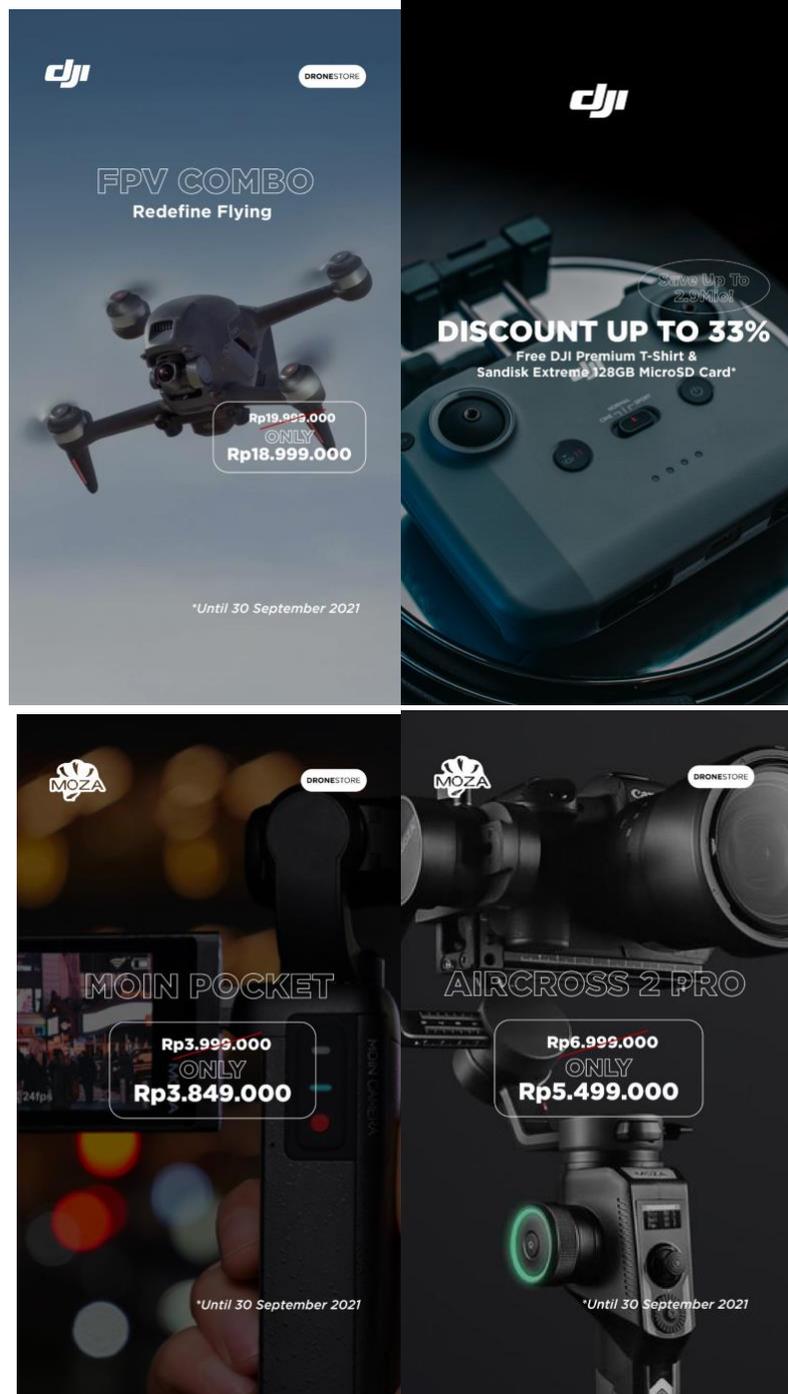
Penulis juga membuat konsep dan isi konten promo untuk promo bulanan. Pembuatan konten promo bulanan melibatkan *graphic designer* agar hasil yang didapatkan bisa lebih maksimal. Penulis membuat promo bulanan dengan cara:

1. Penulis menerima *list* dari atasan tentang promo pada *brand* apa saja untuk bulan ini.
2. Penulis memikirkan konsep dan isi konten promo bulanan tersebut.
3. Penulis berdiskusi dengan *graphic designer* tentang konsep promo bulanan yang diinginkan.
4. *Graphic designer* membuatkan konsep promo bulan tersebut dan memberikannya kepada penulis.

Berikut merupakan beberapa promo bulanan yang sudah dieksekusi pada akun Instagram Dronestore. Terdapat 2 jenis konten, yang berukuran persegi untuk Instagram *feeds* dan yang berukuran persegi panjang untuk Instagram *story*.



Sumber: Aset Akun Dronestore  
 Gambar 3.9 Konten Untuk Instagram Feeds



Sumber: Aset Akun Dronestore  
 Gambar 3.10 Konten Untuk Instagram Story

## E. Membuat Konsep dan Isi Konten *Listicle*

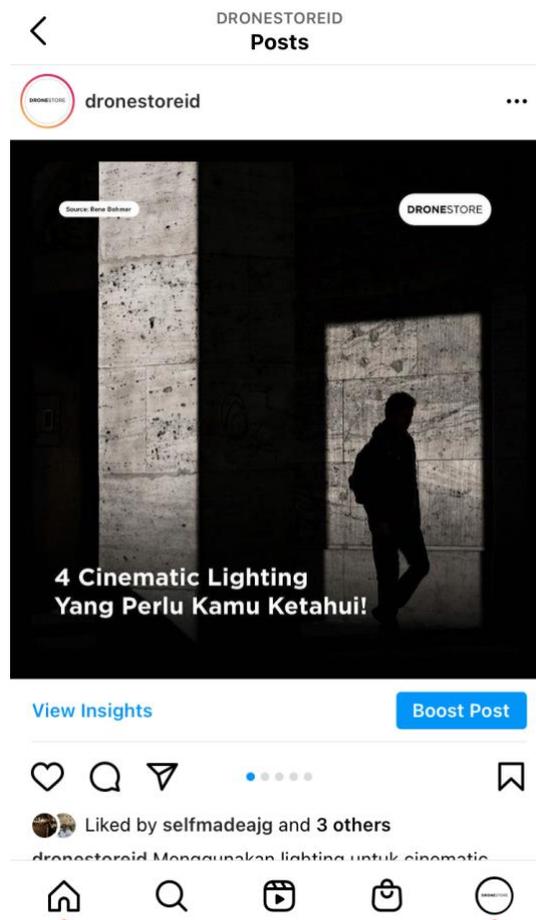
Penulis juga bertugas untuk membuat konten *listicle*. Konten *listicle* adalah konten yang berisi serangkaian fakta, tips, kutipan, dan lainnya yang diatur dalam bentuk tertentu. Dalam pembuatan konten *listicle*, penulis melakukan langkah-langkah dibawah ini:

1. Menentukan hal apa yang akan diangkat untuk dijadikan konten *listicle*.
2. Mengisi tanggal konten *listicle* yang akan diunggah mulai dari tahun, bulan, dan hari.
3. Mengisi platform *social media* apa yang akan digunakan. Yaitu Instagram *feeds*.
4. Mengisi hal apa yang akan dibahas pada konten *listicle*.

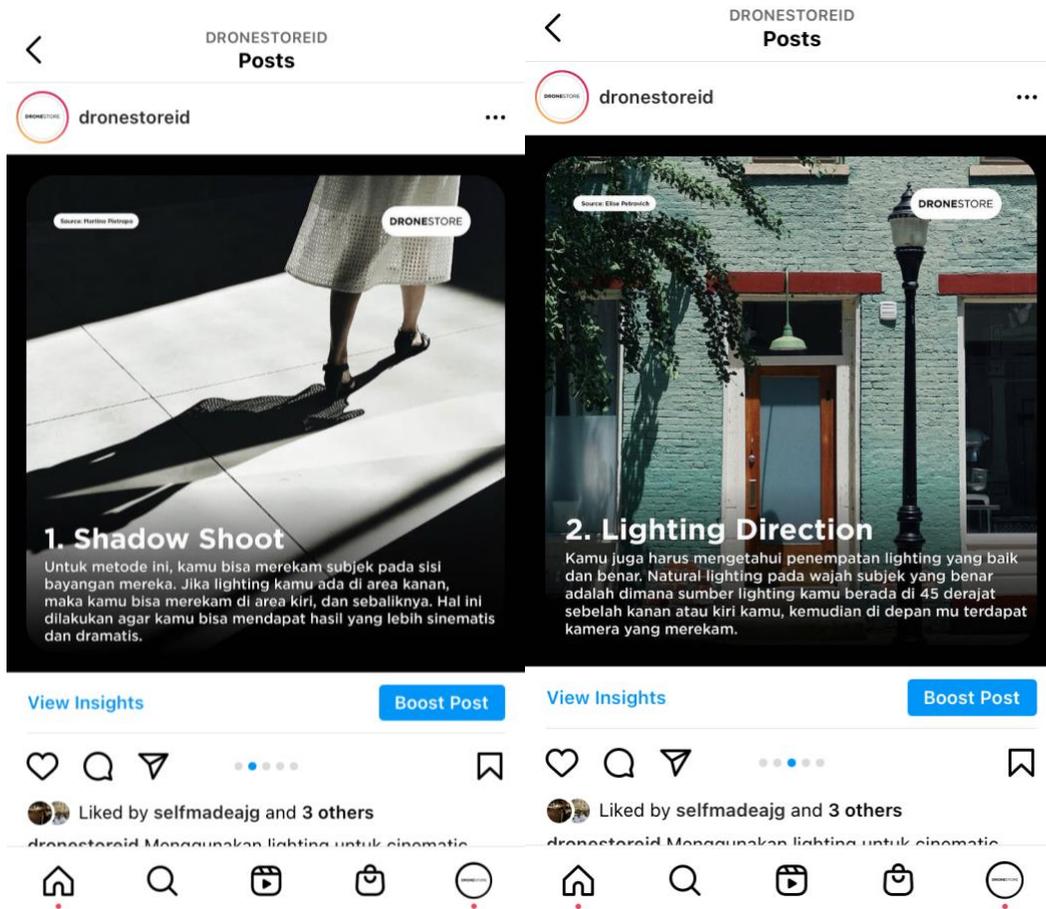
32	2021-09-23	18.00	IG feeds	<p>(Caption di foto)</p> <p>Slide 1: 4 Cinematic Lighting Yang Perlu Kamu Ketahui</p> <p>Slide 2: 1. Shadow Shoot Untuk metode ini, kamu bisa merekam subjek pada sisi bayangan mereka. Jika lighting kamu ada di area kanan, maka kamu bisa merekam di area kiri, dan sebaliknya. Hal ini dilakukan agar kamu bisa mendapat hasil yang lebih sinematis dan dramatis</p> <p>Slide 3: 2. Lighting Direction Kamu juga harus mengetahui penempatan lighting yang baik dan benar. Natural lighting pada wajah subjek yang benar adalah dimana sumber lighting kamu berada di 45 derajat sebelah kanan atau kiri kamu, kemudian di depan mu terdapat kamera yang merekam</p> <p>Slide 4: 3. Depth Saat merekam subjek, kamu mungkin ingin menambahkan depth pada background. Kamu bisa loh shoot pada aperture yang lebih rendah, memberi jarak antara subjek dengan background agar tidak menyatu, dan memberi lighting tambahan yang beda warna. Misal kamu ingin memberi lighting warna orange pada subjek, maka lighting tambahan yang cocok adalah lighting warna biru</p> <p>Slide 5: 4. Background Lighting Bukan hanya subjek saja yang memerlukan lighting, tapi background juga memerlukan lighting. Menambahkan lighting sederhana di background</p>
2	2021-09-23	18.00	IG feeds	<p>Slide 2: 1. Shadow Shoot Untuk metode ini, kamu bisa merekam subjek pada sisi bayangan mereka. Jika lighting kamu ada di area kanan, maka kamu bisa merekam di area kiri, dan sebaliknya. Hal ini dilakukan agar kamu bisa mendapat hasil yang lebih sinematis dan dramatis</p> <p>Slide 3: 2. Lighting Direction Kamu juga harus mengetahui penempatan lighting yang baik dan benar. Natural lighting pada wajah subjek yang benar adalah dimana sumber lighting kamu berada di 45 derajat sebelah kanan atau kiri kamu, kemudian di depan mu terdapat kamera yang merekam</p> <p>Slide 4: 3. Depth Saat merekam subjek, kamu mungkin ingin menambahkan depth pada background. Kamu bisa loh shoot pada aperture yang lebih rendah, memberi jarak antara subjek dengan background agar tidak menyatu, dan memberi lighting tambahan yang beda warna. Misal kamu ingin memberi lighting warna orange pada subjek, maka lighting tambahan yang cocok adalah lighting warna biru</p> <p>Slide 5: 4. Background Lighting Bukan hanya subjek saja yang memerlukan lighting, tapi background juga memerlukan lighting. Menambahkan lighting sederhana di background dapat menimbulkan efek natural dan emosi yang bisa dirasakan oleh audiens</p>
3	2021-09-23	18.00	IG feeds	<p>(Caption di bawah)</p> <p>Menggunakan lighting untuk cinematic video memang penting .. tapi kamu perlu mengetahui teknik yang tepat untuk setiap scene ya 😊</p>

Sumber: Aset Akun Dronestore  
Gambar 3.10 Isi Konten *Listicle*

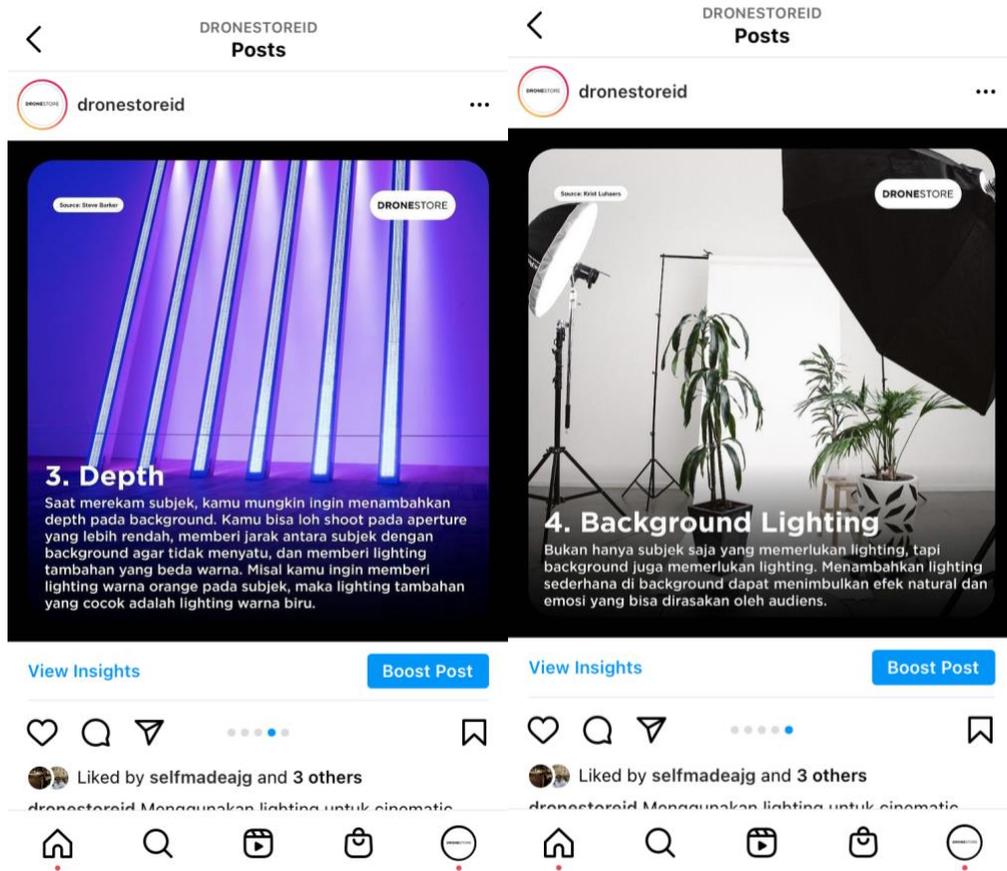
5. Penulis memberikan *draft* kepada *graphic designer* dan berdiskusi dengan tentang konsep konten *listicle* tersebut.
6. Setelah selesai dibuat, *graphic designer* memberikan hasil akhir konten *listicle* kepada penulis
7. Penulis melakukan cek terakhir sebelum mengunggah konten *listicle* ke Instagram *feeds*.
8. Konten *listicle* diunggah oleh penulis.



*Sumber: Aset Akun Dronestore*  
*Gambar 3.11 Konten Listicle*



*Sumber: Aset Akun Dronestore  
 Gambar 3.12 Konten Listicle*



Sumber: Aset Akun Dronestore

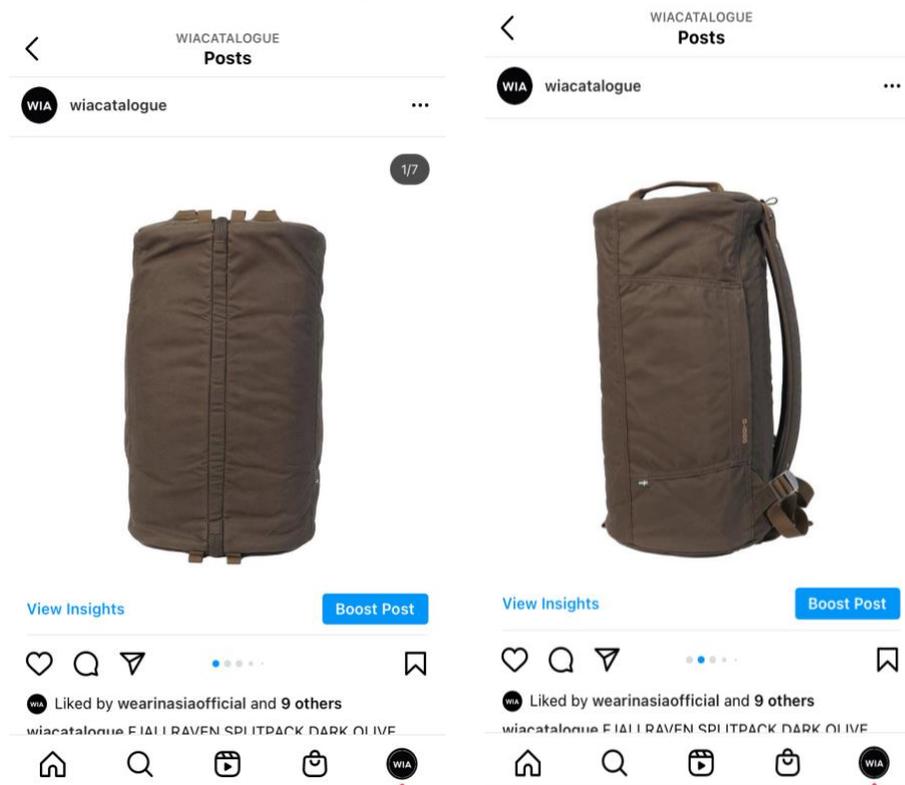
Gambar 3.13 Konten Listicle

## F. Membuat Konsep *Photoshoot* Produk dan Isi Konten untuk Katalog *Social media*

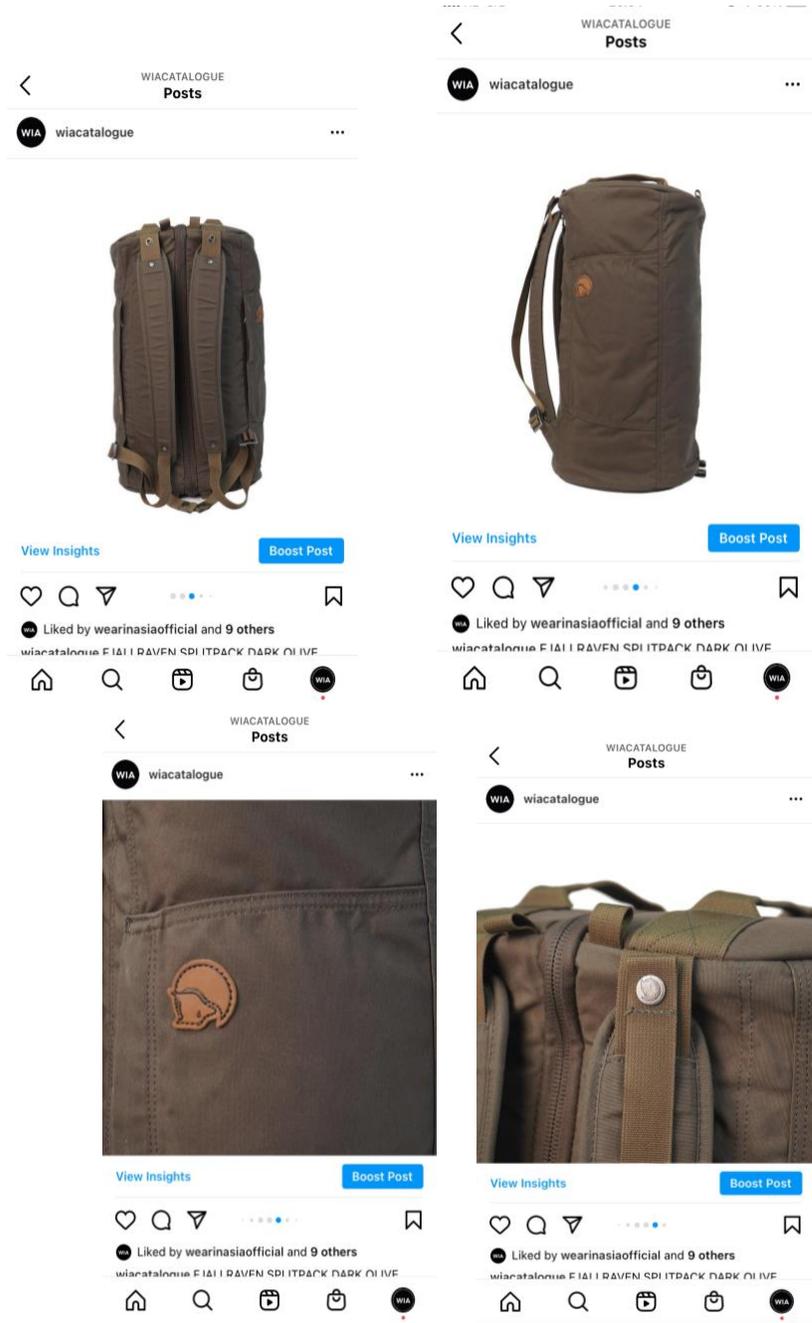
Penulis juga dipercaya untuk mengelola akun katalog Wearinasia yaitu @wiacatalogue. Katalog WIA merupakan akun Instagram yang hanya berisi foto-foto produk-produk tanpa adanya *talent* dan hanya menggunakan *background* putih untuk memperjelas detail dari produk-produk. Dalam pembuatan foto katalog, penulis bekerja sama dengan *photographer* untuk memastikan foto produk terambil dengan baik dan benar sesuai standar perusahaan. Penulis melakukan beberapa hal, yaitu:

1. Menanyakan stok produk terlebih dahulu yang akan difoto. Karena produk yang akan difoto merupakan stok barang asli di Wearinasia.

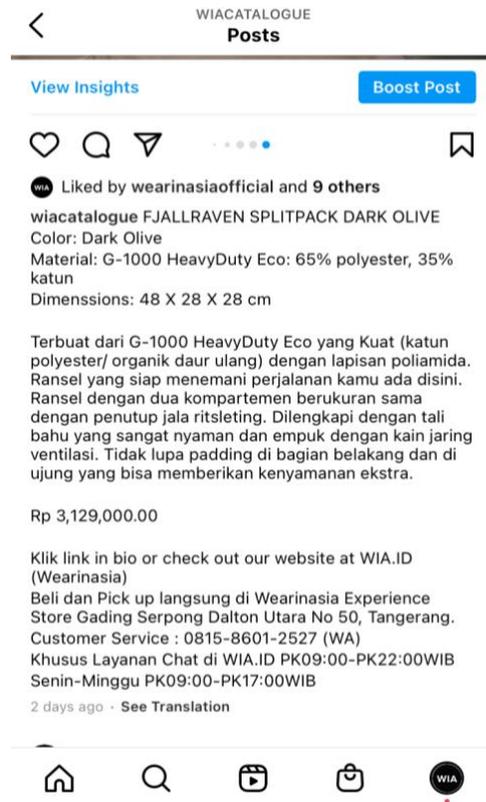
2. Berdiskusi dengan *photographer* tentang jadwal pengambilan foto produk-produk katalog.
3. Melakukan sesi *photoshoot* untuk produk-produk katalog dan penulis membantu membenarkan posisi produk-produk agar sesuai dengan standar perusahaan.
4. Foto-foto tersebut akan di *edit* oleh *photographer* untuk menghilangkan warna-warna yang tidak diinginkan dan untuk mendapatkan warna yang sesuai dengan standar perusahaan.
5. Penulis menerima hasil akhir foto produk-produk katalog.
6. Penulis mengunggah foto produk-produk katalog beserta dengan *caption* yang berisi merek produk, warna, ukuran, bahan, deskripsi singkat, harga, dan yang lainnya.



Sumber: Akun Instagram WIACatalogue  
Gambar 3.14 Konten Foto Produk Katalog



Sumber: Akun Instagram WIACatalogue  
 Gambar 3.15 Konten Foto Produk Katalog



Sumber: Akun Instagram WIACatalogue  
Gambar 3.15 Konten Foto Produk Katalog

### G. Menjadi *Talent* untuk Kegiatan *Photoshoot* Beberapa Produk

Penulis juga bahkan dipercaya untuk menjadi *talent* beberapa produk untuk konten Instagram Wearinasia. Seperti untuk produk tas dan gimbal *smartphone* dibawah ini:



Sumber: Akun Instagram FunSnap Indonesia

Gambar 3.15 Penulis Menjadi Talent Untuk Akun Wearinasia



*Sumber: Aset Instagram Wearinasia*

*Gambar 3.15 Penulis Menjadi Talent Untuk Akun Wearinasia*

### **3.3.2 Kendala Yang Ditemukan**

Selama penulis melakukan kegiatan praktek magang, penulis menemukan beberapa kendala yang dialami, seperti:

1. Penulis mengalami sedikit kesulitan dalam mencari ide dan konsep untuk foto konten produk dan *copywriting* konten produk yang harus diunggah setiap hari.
2. Penulis juga menemukan sedikit kesulitan dalam menentukan topik dan isi untuk konten *listicle* yang harus diunggah pada hari Senin hingga Kamis. Konten *listicle* yang dibuat oleh penulis juga merupakan sekumpulan fakta, tips, artikel, dan sebagainya yang memang sudah teruji dan terbukti benar. Karena itu,

penulis harus sangat teliti dan kreatif dalam membuat konten *listicle*.

3. Penulis juga menemukan sedikit kesulitan dalam sesi foto untuk produk-produk katalog. Karena penulis harus menentukan jadwal dengan para *photographer* yang juga memiliki jadwal sendiri dan juga terkadang stok barang tidak ada dan menjadi tidak sesuai dengan daftar foto produk katalog yang akan diunggah.
4. Penulis juga menemukan kesulitan saat menjadi *talent* untuk foto produk. Terkadang tidak semua produk bisa di foto untuk hari itu karena adanya hal-hal yang tidak terduga, seperti lokasi foto terlalu ramai, cuaca yang tidak mendukung, dan sebagainya. Hal tersebut menghasilkan masih ada sisa produk yang harus di foto untuk lain hari. Dan jika itu terjadi, penulis sebagai *talent* harus mencocokkan jadwal kembali dengan *photographer*.

### 3.3.3 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

Karena penulis mengalami beberapa kendala saat melakukan kegiatan kerja magang, penulis juga menemukan solusi untuk beberapa kendala yang ditemukan selama bekerja di Wearinasia:

1. Dalam pembuatan konten produk, penulis mendapatkan solusi dari kendala dengan mencari terlebih dahulu foto-foto referensi, kemudian menyusun konsep untuk *copywriting*, kemudian menghubungkan *mood* dari foto-foto produk dengan *copywriting* agar konten produk dapat tersampaikan dengan jelas kepada konsumen.
2. Selain itu, penulis juga menemukan solusi untuk konten *listicle*. Penulis menggunakan referensi dari video-video yang berkaitan dengan topik di Youtube. Kemudian, penulis mencari tahu kebenaran tentang hal-hal yang ada di video tersebut. Setelah itu, penulis mulai membuat konten *listicle* berdasarkan dengan fakta-fakta yang terdapat pada video tersebut sebagai referensi.
3. Solusi yang ditemukan oleh penulis untuk *photoshoot* produk-produk katalog adalah dengan menanyakan terlebih dahulu stok barang yang ada untuk foto produk-produk katalog. Lalu penulis

juga mencocokkan jadwal penulis dengan jadwal *photographer* agar sesuai.

4. Dan untuk hal menjadi *talent* untuk foto produk, penulis juga telah menemukan solusi agar semua produk dapat terfoto. Yaitu dengan melakukan sesi foto lebih awal satu sampai dua jam untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan, seperti waktu sesi foto berakhir padahal semua produk belum terfoto, cuaca buruk, lokasi yang mendadak menjadi lebih ramai, dan sebagainya.