

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Kedudukan penulis berada di bawah bagian komunikasi pemasaran. Pemberian tugas kepada penulis seluruhnya berada di bawah pengawasan Manajer Komunikasi Pemasaran, yaitu Meilany Suryanata. Penulis mendapat tugas sebagai Magang Komunikasi Pemasaran yang bertugas dalam mengelola media sosial Instagram @unitedbike.id dengan merancang konten, mengembangkan ide, dan menjadi talent dalam konten yang diproduksi. Hasil tugas magang yang dikerjakan oleh penulis diperiksa langsung oleh manajer marketing komunikasi.

Dalam divisi Marketing, manajer marketing komunikasi bertugas untuk mengkoordinasi, membagikan setiap pekerjaan, serta pengecekan setiap pekerjaan divisi marketing. Selain itu, penulis juga diawasi langsung oleh manajer marketing komunikasi serta menjadi supervisor penulis.

#### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama seratus hari dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan eksekusi yang melibatkan banyak pihak. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *content writing*.

##### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *content writing* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

<b>Content writing untuk konten media sosial Instagram</b>	Membuat konten planning, dan mengunggah konten setiap hari di Instagram United Bike.
<b>Administrasi Penjualan Online (Tokopedia dan Bukalapak)</b>	Mengecek kecurangan harga terhadap penjual yang menjual produk United Bike di Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak serta memberikan pengingat kepada penjual mengenai harga yang dibawah pasar.
<b>supporting officer pada beberapa acara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mencari ide untuk acara</li> <li>● Mengawasi acara dan melayani pengunjung yang bertanya mengenai United Bike</li> <li>● Menjaga stan United di acara Vivere</li> </ul>

Tabel 3. 1 Tugas Utama Marketing Komunikasi

Sumber: Data Penulis

Timeline Kerja Magang													
Minggu ke-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Konten Media Sosial													
Administrasi Penjualan Online (Tokopedia dan Bukalapak)													
<i>supporting officer</i> pada beberapa acara													

Tabel 3. 2 Timeline Kerja Magang Marketing Komunikasi

Sumber: Data Penulis.

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *content writer* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

## A. Konten Media Sosial

Konten media sosial dibuat guna mempermudah untuk membagikan informasi ataupun pesan dalam bentuk gambar atau *video*. Media sosial merupakan media *online* yang berguna untuk saling berinteraksi dalam memberikan informasi, membuat gambar dalam bentuk konten yang berisi informasi untuk diberikan kepada orang banyak, serta mendapatkan balasan atau komentar (Utari, 2011).

Dalam pembuatan konten media sosial bisa mendapatkan hasil yang berbeda walaupun dengan menggunakan produk yang sama dengan menggunakan isi konten dan sasaran yang berbeda (Hanif Mahaldi, 2018) .

Konten pilar dapat membantu dalam pembuatan konten. Setiap konten yang dibuat harus selaras dengan konten pilar. Adapun konten pilar yang telah disusun oleh penulis untuk media sosial Instagram @UnitedBikeId yaitu:

Konten Pilar United Bike 2021			
No.	Konten Instagram @UnitedBikeId		
	Pilar Utama	Jenis Konten	Penghubung
1.	Functional Content	Pengetahuan produk	- Mengapa harus memilih sepeda United Bike melalui review #TentangUnited Bike - Jenis-jenis sepeda yang dimiliki United

2.	Educative Content	Nilai tambah dari konten	Tips & trik dalam bersepeda
3.	Funny Content	Konten lucu	Video receh (tipe-tipe orang bersepeda)

Tabel 3. 3 Konten Pilar United Bike 2021

Sumber: Data Penulis

Penulis menggunakan 3 pilar utama dalam membuat content planning yaitu : *Functional content*, *educative content*, dan *Funny content*. *Functional content* biasanya dibuat untuk meningkatkan pengetahuan produk terhadap *followers*. *Educative content* dapat digunakan untuk menarik followers untuk melihat konten karena konten tersebut mengandung edukasi seperti tips dan trik. Sedangkan *Funny content* dimana konten tersebut dibuat untuk menghibur *followers*. Konten pilar yang telah dibuat penulis akan dijadikan sebagai pedoman agar konten yang dibuat masih memiliki konsep yang sama. Penulis juga melakukan *brainstorming* sebelum membuat *content planning*, Menurut David Minter dan Michael Reid (2007) *Brainstorming* merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh oran maupun perusahaan guna mendapatkan ide. Tujuan dari *brainstorming* biasanya dapat menghasilkan pikiran-pikiran yang baru

November	
Senin	
Selasa (1/11/2021)	Desain grafis: Floss Caption :

	<p>Kemanapun tujuanmu, meski hanya sekedar kumpul bareng teman, FLOSS siap menemanimu.</p> <p>#unitedbike #unitedbikeid #BMXunited #BMXFloss #Produklokal #Banggabuatanindonesia</p>
<p>Rabu 2/11/2021</p>	<p>Desain grafis: Floss Caption : Kemanapun tujuanmu, meski hanya sekedar kumpul bareng teman, FLOSS siap menemanimu.</p> <p>#unitedbike #unitedbikeid #BMXunited #BMXFloss #Produklokal #Banggabuatanindonesia</p>
<p>Kamis 3/11/2021</p>	<p>#ntangUnitedBike Caption : Halo teman-teman, kali ini ada kak @jimmyompi yang akan membagikan pengalamannya dalam menggunakan salah satu sepeda dari United loh... Pasti pada sudah penasaran kan? Yuk simak ke slide berikutnya ya!</p> <p>#unitedbike #unitedbikeid #tentangunitedbike #reviewunitedbike</p>

	#localpride #banggabuatanindonesia
Jumat 4/11/2021	Desain grafis: Detroit 2.1 Caption : Walaupun sibuk jangan lupa berolahraga, bersepeda dapat menjadi pilihanmu. Apalagi Detroit 2.1 siap untuk menemanimu. #unitedbike #unitedbikeid #mtbunited #localpride #banggabuatanindonesia
Sabtu 5/11/2021	Video indoor : Nnigma III Caption : NIGMA III is like black canvas ready to go to whatever you want. Creativity in folding body make NIGMA III more practical. #unitedbike #unitedbikeid #nigmaIII #bangganuatan local #localpride
Minggu 6/11/2021	Tips bersepeda (hal yang harus diperhatikan ketika bersepeda saat hujan) Caption : Kegiatan bersepeda emang lagi hits banget di Indonesia, tetapi.. jangan karena hujan teman-teman malah terluka ya. Yuk cek postingan diatas untuk mengetahui hal apa saja sih yang harus diperhatikan ketika hujan! #Unitedbike #unitedbikeid #tipsbersepeda #localpride

Tabel 3. 4 Konten Planning minggu pertama

Sumber: Data Penulis.

Proses pembuatan konten media sosial Instagram diawali dengan membuat jadwal unggah per minggu dan di unggah setiap harinya dengan batas waktu jam 21.00WIB. *Content planning* yang di buat seperti tabel di atas, merupakan ide yang dikumpulkan dan akan didiskusikan bersama rekan kerja. Konsep pada pembuatan konten media sosial pada @UnitedBikeId untuk memberikan promosi, serta edukasi. *Followers* yang tertarik pada sepeda promosi dapat langsung membuka *link website* United. Selain itu konten media sosial Instagram terdapat informasi seputar sepeda mulai dari cara merawat, serta tips yang bermanfaat bagi pengguna sepeda guna meningkatkan pengetahuan kepada *followers*. Keseluruhan konten yang dibuat memiliki satu tujuan yaitu, meningkatkan minat seseorang terhadap sepeda dan meningkatkan penjualan di United bike.

Penulis mengerjakan *content planning* seminggu sekali selama tiga bulan untuk media sosial Instagram, tetapi untuk proses pembuatan konten membutuhkan waktu 1-2 hari kerja tergantung dari kesulitan dan banyaknya konten yang harus dibuat oleh desain grafis. Penulis membantu desain grafis pada saat pengambilan *video* atau foto, seperti menjadi model, membantu dalam memindahkan posisi sepeda, dan hal teknis lainnya. Sebelum konten di sebar, penulis wajib memperlihatkan hasil akhir kepada manajer dan mendapatkan persetujuan untuk menyebarkan konten.

cara untuk membuat konten digital menurut entrepreneur.com yaitu:

1. Membuat ide

Ide bisa datang dari mana saja, dan semua konten berasal dari ide. Ada beberapa cara mudah untuk membuatnya yaitu membuat analisis melalui konten Instagram yang telah dibuat.

2. Lakukan penelitian

Banyak mencari sumber informasi dapat membantu dalam pembuatan konten, seperti melihat dari situs yang sedang populer dan melihat dari orang lain/perusahaan lain. Temukan konten yang paling banyak dilihat atau cari atau diminati oleh masyarakat.

3. Tentukan arah konten

Harus menentukan apakah konten tersebut informatif, atau konten itu langsung kepada intinya, atau konten tersebut untuk lelucon, dll. Sehingga untuk mempermudah dalam proses pembuatan konten.

4. Membuat judul

Kebanyak orang akan membaca judulnya tetapi hanya sebagian kecil orang yang membaca isinya sehingga judul yang dibuat pun harus bisa menarik perhatian. Lebih baik jika membuat beberapa judul dan memilih judul yang terbaik.

5. Penulisan

Untuk menulis lebih baik dimulai dari kata pengantar. Buatlah penulisan yang dapat membuat pembaca merasa penasaran dan ingin terus membaca.

6. Publikasi dan pengecekan

Baca kembali penulisan yang telah dibuat, agar penulisan tersebut dapat dipastikan bahwa penulisan dan isinya sudah benar dan sesuai dengan keinginan serta tidak ada kesalahan pada tata bahasa dan ejaan.

*Engagement* dari konten media sosial dapat berperan penting untuk mengetahui apakah konten yang dibuat telah menarik perhatian pengikutnya serta seberapa banyak orang yang tertarik terhadap konten tersebut. Menurut Schramm, Wilbur (1972) *engagement* merupakan komunikasi yang terjalin secara dua arah timbal balik. dengan adanya *engagement* maka akan mengetahui konten mana yang lebih banyak dilihat dan menarik perhatian sehingga yang dapat mempermudah pembuatan konten.

## **B. Administrasi Penjualan *Online***

Administrasi pada penjualan *online* bertujuan untuk mengurangi kecurangan harga oleh *seller* yang menjual sepeda United bike di *e-commerce* seperti Tokopedia dan

Bukalapak. Setiap hari penulis wajib mendata dan melakukan *report* kepada tim *e-commerce* agar produk yang melakukan kecurangan dapat di *take down*.

Penulis mengirim *template blast* peringatan terhadap *seller* setiap hari senin melalui Whatsapp Business yang diberikan oleh manajer guna mengurangi terjadinya kecurangan harga pada *seller* di *e-commerce*.

### C. Event

Menurut (Noor, 2013,p. 8) dalam jurnal Ajie Hartono, Susanne Dida, dan Hanny Hafiar *event* merupakan pelaksanaan kegiatan dalam memperingati hal atau hari penting dalam hidup manusia, biasanya event dapat dilaksanakan secara individu maupun kelompok yang berkaitan dengan adat, budaya, agama, maupun tradisi dengan waktu dan tujuan tertentu.

Dalam kegiatan kerja magang, penulis juga membantu menangani beberapa hal dalam kegiatan acara seperti :

1. Penulis menjaga stan pameran di salah satu acara yang diselenggarakan oleh Vivere Group di Hotel South 78 Gading Serpong. Penulis menjaga stan melakukan *personal selling* kepada pengunjung selama 2 hari yaitu hari Jumat hingga Sabtu. Dalam kegiatan pameran, penulis secara langsung terlibat pada kegiatan *personal selling*. Menurut (Burgon & Huffner, 2002), *personal selling* merupakan cara yang efektif dalam proses pembelian, seperti: negosiasi, menjual ataupun membeli.
2. Pada saat *event* “penandatanganan kerja sama”, penulis bertugas untuk menjaga *event* dengan membantu tim marketing komunikasi dalam menjaga keamanan saat acara berlangsung serta membantu dalam beberapa hal teknis yang terjadi, seperti: membantu menjawab pertanyaan dari tamu, serta memberikan bantuan kepada tamu yang membutuhkan bantuan.
3. Penulis turut berkontribusi dalam bertanggung jawab atas pendaftaran acara United Bike Fun Duathlon, pendataan peserta, serta beberapa hal teknis yang bersangkutan.

### **3.2.3 Kendala Utama**

Adapun beberapa kendala yang dialami oleh penulis, yaitu: Karena penulis wajib membuat konten untuk Instagram @UniteBikeId setiap harinya, penulis sering kehabisan ide.

### **3.2.4 Solusi**

Solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut adalah: Membuat *content planning* seminggu sebelum *deadline* agar konten media sosial Instagram @UnitedBike.Id dapat terus berjalan. Penulis juga mencari ide melalui konten media sosial dari kompetitor, serta mencari inspirasi dari beberapa aplikasi lainnya.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA