

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Saat Magang

Kedudukan pada saat menjalankan praktik kerja magang adalah sebagai *Content Creator* pada sosial media yang bertugas membantu Natalia selaku *Head Of Digital Marketing* untuk mengunggah *content marketing* pada sosial media yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu penulis juga melakukan pengambilan video dan pengeditan video yang akan diunggah pada sosial media perusahaan.

Penulis ditempatkan sebagai *content creator* dibawah divisi *marketing* sebagai *content creator* pada sosial media Instagram perusahaan dimana penulis bertugas untuk memberikan ide konten menarik dalam bentuk video dan juga *copy writing* dan berada dalam pengawasan kepala divisi.

Pertama, penulis melakukan koordinasi dengan ketua divisi *digital marketing* dengan melakukan riset terhadap tren pada sosial media Instagram dan meriset informasi seputar kesehatan dimasa pandemi ini. Kemudian, penulis akan merangkum ide dan informasi dalam bentuk tulisan yang nantinya akan disampaikan melalui konten dalam bentuk video dan juga *copy writing*. Penulis kemudian akan mengkoordinasikan kembali kepada kepala divisi dan menunggu keputusan dari kepala divisi Natalia apakah ide konten yang diberikan layak untuk diterbitkan pada sosial Instagram perusahaan. Berikut tugas-tugas yang dijalankan selama praktik kerja magang.

#### 3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Pada pelaksanaan praktik kerja magang, seorang *content creator intern* memiliki beberapa tugas utama yang harus dilakukan pada *social media marketing*, serta bekerjasama dengan *social media specialist* dalam membuat suatu konten. Pekerjaan ini mencakup pembuatan ide konten dan penjadwalan konten *reels* pada Instagram Colab Pharma Indonesia. Tugas ini merupakan tugas individual yang diberikan kepada penulis namun dalam hal ini pun dibutuhkan persetujuan dari kepala divisi apakah ide konten yang sudah dibuat layak untuk diterbitkan atau tidak, setelah itu bahan konten akan segera penulis buat dan melakukan pengambilan video lalu melakukan pengeditan video yang kemudian akan diterbitkan pada

sosial media Instagram Colab Pharma Indonesia. Berikut merupakan rincian tugas yang dikerjakan oleh penulis selama praktik kerja magang:

No	Tugas yang dikerjakan	Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Riset																
2	Content Planning																
3	Content Creation																
4	Copy Writing																
5	Evaluation																

Tabel 1. 2 Daftar Tugas Magang

Sumber Data: Olahan Peneliti, 2022

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pada pelaksanaan praktik kerja magang, tugas utama dari seorang *content creator* adalah mampu menyampaikan pesan kepada penonton/pendengar dengan membagikan sebuah karya berupa konten yang dibagikan di media digital yaitu salah satunya pada media sosial Instagram.

#### 3.2.2.1 Tugas Utama

Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis berkesempatan untuk berpartisipasi dalam mengaktifkan kegiatan Instagram Colab Pharma dan membuat konten *reels* serta *caption* pada sosial media Instagram Colab Pharma untuk membantu memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan *brand awareness* Colab Pharma dimata masyarakat terhadap jasa layanan *swab* PCR dan Antigen yang disediakan oleh Colab Pharma. Sebelum memproduksi suatu konten, *Content Creator* melakukan *brainstorming* dengan *social media specialist* dan kepala divisi *digital marketing* untuk membahas beberapa ide kreatif yang masih berhubungan dengan masa pandemi Covid-19, hal ini pun membuat penulis harus sering melakukan riset terhadap tren dan berita yang ada di masa pandemi ini, kemudian

akan menjadi gambaran dalam membuat konten. Setelah mendapat beberapa gambaran ide konten penulis akan membuat *content planning* pada *google sheets* yang kemudian disampaikan kepada kepala divisi apakah ide tersebut layak untuk dijadikan sebagai konten atau tidak. Jika tidak mendapat persetujuan dari kepala divisi maka akan dilakukan revisi terhadap *content planning* yang telah dibuat dan selanjutnya dilakukan penjadwalan posting dan *caption* bagi konten tersebut (Lyons, 2018).

### **A. Content Creator**

Menurut Nuraeni dan Junita T *Content Creator* merupakan seseorang yang bertugas dalam menciptakan sebuah konten menarik serta kreatif yang memiliki tujuan untuk meningkatkan strategi marketing serta meningkatkan *brand awareness* pada suatu produk ataupun jasa. Karena pada dasarnya kegiatan marketing sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan dalam memperkenalkan produk ataupun jasa kepada masyarakat luas (Amalia & Satvikadewi, 2020).

### **B. Copywriting**

*Copywriting* merupakan teknik penyajian iklan dalam bentuk kata-kata, dan kalimat yang nantinya akan disampaikan kepada target audiens dalam bentuk yang baik dan menarik sehingga dapat menarik perhatian target audiens untuk menyaksikan konten yang diunggah pada sosial media. Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, penulis membuat *copywriting* terhadap kalimat *caption* pada konten *reels* yang diunggah di sosial media Instagram Colab Pharma Indonesia. Rangkaian kalimat tersebut dibuat sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, dan dituliskan terlebih dahulu pada *timeline* konten *reels* sebelum konten diunggah untuk memastikan tidak terdapat kesalahan dalam penulisan *caption* yang telah dibuat.

*Copywriting* memiliki beberapa manfaat, diantaranya:

#### 1. Menarik perhatian

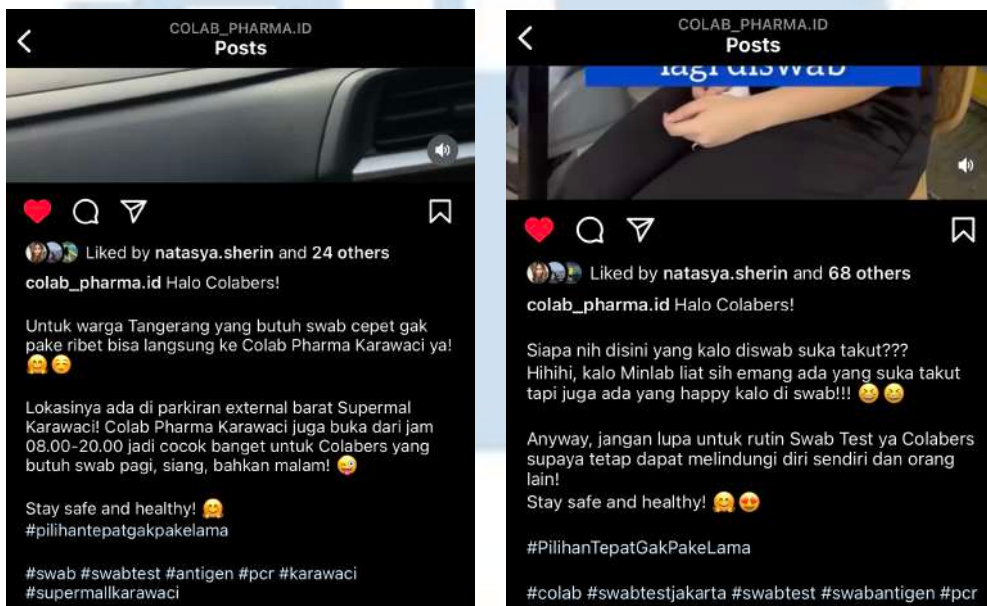
*Copywriting* memiliki fungsi untuk menarik perhatian dari para target agar dapat tertarik dengan promosi yang diberikan. Tujuan ini yaitu agar kegiatan promosi yang disampaikan dapat membuat target melakukan hal sesuai dengan pesan yang disampaikan dalam promosi.

#### 2. Meyakinkan

Adanya *copywriting* ini yaitu untuk meyakinkan target dengan jenis kalimat yang kita sampaikan sehingga target dapat memahami serta mengetahui bahwa hal yang disampaikan sesuai dan menimbulkan keyakinan terhadap penawaran yang diberikan.

### 3. Mempengaruhi

*Copywriting* juga memiliki tujuan yang sangat penting yaitu dalam mempengaruhi dari setiap target yang dituju sehingga kegiatan promosi dapat berjalan dengan baik.



Gambar 3. 1 Caption Pada Postingan Reels Instagram Colab Pharma

Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2022

Gambar diatas merupakan hasil *copywriting* dalam bentuk *caption* yang sudah penulis buat terhadap postingan video *reels* pada Instagram Colab Pharma yang berisikan informasi informasi lokasi dan tipe – tipe saat sedang melakukan *swab test*.

### C. Content Planning

Dikutip berdasarkan artikel *Right Source Marketing*, dalam membuat sebuah konten kita tidak dapat menghasilkannya tanpa adanya perencanaan, karena dalam hal ini perencanaan merupakan bagian yang sangat penting dalam memutuskan konten apa yang akan dibuat dan diunggah. Perencanaan yang dimaksud yaitu, berdasarkan topik/tema/konsep, perencanaan ini yang kemudian berguna sebagai referensi

bagaimana konten yang sesuai dengan target audiens yang kemudian dikumpulkan ke dalam sebuah kalender editorial (Lyons, 2018).

a. Konten Promosi Produk

Pada bagian ini, penulis bertugas untuk membantu dan memberikan sebuah ide yang diperlukan untuk mempromosikan layanan jasa pada perusahaan Colab Pharma. Khususnya pada saat ini dimana kasus Covid-19 yang sedang mengalami kenaikan sehingga membuat banyak masyarakat untuk melakukan swab agar dapat mengurangi penularan Covid-19 di Indonesia. Sehingga diperlukan adanya sebuah konten yang dapat menarik perhatian masyarakat khususnya pada Instagram Colab Pharma agar melakukan *swab test* di Colab Pharma.

b. Konten Informasi

Selama masa pandemi Covid-19 ini, banyak masyarakat Indonesia yang memerlukan informasi lebih terkait penyebaran virus agar mereka dapat melakukan antisipasi, sehingga diperlukan adanya konten informatif namun seru yang berisikan informasi untuk mengurangi penyebaran Covid-19 di Indonesia. Konten tersebut kemudian akan diunggah pada Instagram Colab Pharma khususnya pada video reels.

6 Maret	Minggu	Tipe-Tipe di swab	informasi tipe orang swab	DONE POST	<p>Halo Colabers!</p> <p>Sapa nih disini yang kalo di swab suka takut???</p> <p>Hihhi, kalo Minlab liat sih emang ada yang suka takut tapi juga ada yang happy kalo di swab!!! 😄😄</p> <p>Anyways, jangan lupa untuk rutin Swab Test ya Colabers supaya tetap dapat melindungi diri sendiri dan orang lain! Stay safe and healthy! 😊😊</p> <p>#PilihanTepatGakPakeLama</p> <p>#colab #swabtestjakarta #swabtest #swabanigen #pcr</p>
22 Maret	Selasa	Swab di Karawaci	informasi outlet karawaci	DONE POST	<p>Halo Colabers!</p> <p>Untuk warga Tangerang yang butuh swab cepet gak peke ribet bisa langsung ke Colab Pharma Karawaci ya! 😄😄</p> <p>Lokasinya ada di parkiran eksternal barat Supermal Karawaci Colab Pharma Karawaci juga buka dari jam 08.00-20.00 jadi cocok banget untuk Colabers yang butuh swab pagi, siang, bahkan malam! 😊</p> <p>Stay safe and healthy! 😊</p> <p>#pilihantepatgakpakelama</p> <p>#swab #swabtest #antigen #pcr #karawaci #supermalKarawaci</p>
27 Maret	Minggu	Swab untuk Travelling (Soewarna)	informasi outlet soewarna	DONE POST	<p>Halo Colabers!</p> <p>Untuk Colabers yang butuh swab terutama untuk ketemu keluarga pas baru sampe bandara cocok banget untuk ke Colab Pharma cabang Soewarna! 😊</p> <p>Lokasinya ada di Soewarna Business Park dan buka dari jam 08.00-20.00 jadi cocok banget untuk yang dapet flight pagi! 😊</p> <p>Stay safe and healthy! 😊</p> <p>#pilihantepatgakpakelama</p>

Gambar 3. 2 Timeline Konten Colab Pharma (Reels)

Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2022.

Gambar diatas merupakan list konten reels yang sudah diposting dalam sosial media Instagram Colab Pharma. Hal ini merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan setiap minggunya agar konten yang diposting lebih tersusun rapih dan dapat diposting sesuai dengan penjadwalan yang telah dibuat.



Gambar 3. 3 Meeting Offline Bersama Tim Digital Marketing Colab Pharma

Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2022.

Gambar diatas merupakan kegiatan meeting yang dilakukan penulis dengan tim *digital marketing* selama praktik kerja magang di Colab Pharma untuk melakukan *brainstorming* untuk menghasilkan ide konten menarik berdasarkan tren yang tengah marak di sosial media namun tetap sesuai dengan kondisi pandemi Covid-19 yang dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan media zoom dan juga dilakukan secara *offline*.

#### **D. Content Marketing**

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, Colab Pharma menggunakan beberapa strategi dalam melaksanakan *content marketing* untuk membuat konten bersama tim *digital marketing*. Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2016) menjelaskan bahwa sebuah konten mengalami beberapa tahapan strategi yang dilakukan sebelum akhirnya dirilis.

a. *Goal Setting* (menentukan Tujuan)

Menentukan tujuan yaitu dapat dikategorikan sebagai dua jenis dengan memiliki tujuan yang bersangkutan dengan penjualan. Tujuan yang dimaksud yaitu adalah, *brand awareness, brand association & brand loyalty*.

Colab Pharma memiliki dua tujuan yang ingin dicapai, yaitu terhadap tujuan penjualan dan pengenalan mengenai perusahaan Colab Pharma. Hal ini terlihat berdasarkan konten yang telah dibuat oleh *content media specialist* dan *content creator* yang berusaha menampilkan jasa layanan *swab test* yang disediakan dan konten menarik yang bertujuan meningkatkan *brand awareness* dari Colab Pharma terhadap para calon pelanggan.

b. *Audience Mapping* (menentukan target Audiens)

Tujuan telah ditentukan, selanjutnya akan dilakukan pemilihan target audiens yang merupakan hal penting untuk dilakukan agar dapat menyesuaikan konten yang akan dibuat nantinya.

Target audiens dari Colab Pharma sendiri adalah seluruh masyarakat Indonesia khususnya di daerah tangerang dan Jakarta, hal ini dipilih oleh perusahaan dikarenakan outlet yang dimiliki berada di daerah Tangerang dan Jakarta.

c. *Content Creation*

*Content creation* merupakan salah satu tahap yang sangat penting bagi *content creator* pasalnya pada tahapan ini penulis diharuskan untuk dapat membuat konten dalam bentuk video yang berisikan informasi mengenai layanan jasa yang disediakan oleh perusahaan Colab Pharma dan juga konten video informatif dimasa pandemi Covid-19 berdasarkan *timeline* konten yang telah dibuat.

Menjadi seorang *content creator*, penulis membuat konten *reels* pada Instagram Colab Pharma yang akan diunggah setiap minggunya, sehingga untuk memudahkan proses pembuatan konten penulis juga bertugas untuk melakukan pengambilan video dan juga melakukan proses pengeditan video agar dapat terlihat menarik. Hal lainnya pada tahapan ini penulis juga bertugas untuk membuat *copywriting* dan *caption* yang baik agar informasi pada video yang diunggah dapat tersampaikan serta mudah untuk dipahami oleh target *audience* yang dituju.

6 Maret : Tipe Tipe Orang di swab

1. Judul: Takut Banget Loh (TBL)  
dalam adegan ini menunjukkan muka takut saat di swab
2. Judul: Happy Banget  
menunjukkan muka senang karena akan di swab
3. Judul: Kabur  
Menunjukkan muka takut dan tegang lalu kabur

22 Maret : Outlet Colab Pharma Karawaci

mengambil video di outlet karawaci, memberikan informasi mengenai layanan swab yang ada di cabang dan mengambil video bagaimana proses swab berlangsung

27 Maret : swab untuk travelling (soewarna)

mengambil video di outlet soewarna dengan menjelaskan bagaimana jenis layanan swab disana serta menjelaskan bahwa layanan swab antigen dilakukan secara drive thru ataupun walk in dan dapat ditunggu tidak lebih dari 15 menit |

Gambar 3. 4 Contoh Content Creations Colab Pharma

Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2022.

Gambar diatas merupakan contoh *content creation* yang penulis buat untuk konten reels Colab Pharma, dengan tujuan agar dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dan dapat di cek kembali dan menunggu persetujuan dari kepala divisi digital marketing apakah isi konten tersebut layak untuk diunggah.

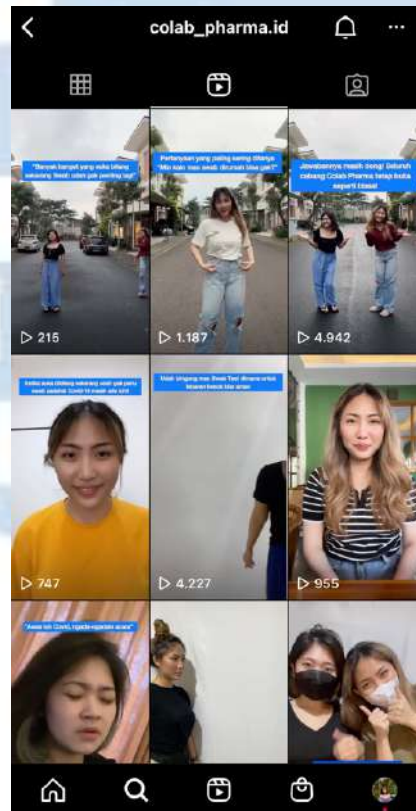


Gambar 3. 5 Proses Pengeditan Video Instagram Reels Colab Pharma

Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2022.



Gambar diatas merupakan proses pengeditan konten video reels yang telah penulis kerjakan dan hasilnya telah diunggah pada akun Instagram Colab Pharma Indonesia dalam memberikan informasi seputar pandemi Covid-19 dan layanan swab antigen dan PCR yang dimiliki oleh perusahaan Colab Pharma Indonesia dalam meningkatkan *brand awareness* dan *insight* pada sosial media.



Gambar 3. 6 Postingan Reels Instagram Colab Pharma

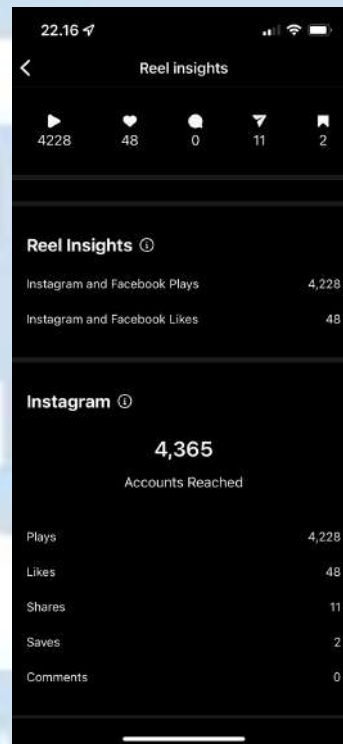
Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2022.

Gambar diatas merupakan feed pada reels Instagram Colab Pharma yang penulis buat sebagai *content creator* untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan *brand awareness* serta *insight* bagi perusahaan.

#### d. Content Marketing Evaluation

Evaluasi pada konten merupakan salah satu Langkah yang penting untuk dilakukan setelah dilakukannya *post-distribusi*. Pembuat konten sangat perlu untuk melihat apakah jenis strategi konten yang diunggah sudah mencapai

tujuan terkait atau tidak. Selama praktik kerja magang penulis melakukan *content evaluation* bersama ketua *digital marketing* dan *social media specialist* yang dilakukan pada setiap akhir bulan untuk membahas *insight* konten reels yang telah diunggah pada social media Instagram Colab Pharma. Evaluasi ini juga berguna untuk menjadi acuan bagi team agar dapat menghasilkan konten yang lebih menarik seperti tren yang ada.



Gambar 3. 7 Insight pada postingan reels Instagram Colab Pharma

Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2022.

Gambar diatas merupakan *insight* pada postingan reels Instagram Colab Pharma yang mana menjadi salah satu data apakah konten yang diunggah mendapatkan *insight* yang baik atau tidak sehingga dapat menjadi acuan penulis untuk membuat konten yang lebih menarik dari sebelumnya.

e. *Content Improvement*

Dalam upaya meningkatkan kinerja dan penerapan *content creator* dari perusahaan, penulis berusaha melakukan improvisasi dan mencoba lebih mengembangkan ide dengan membuat konten yang lebih baik dari segi visual,

*copy writing*, serta informasi yang disampaikan melalui *voice over* sehingga konten yang dihasilkan dapat memberikan informasi yang lebih detail. Peningkatan ini memiliki tujuan untuk memperbaiki kualitas dari konten yang dihasilkan agar sesuai dengan *insight* yang ingin dicapai sejak awal. Oleh karena itu, kegiatan produksi konten selalu ditingkatkan secara berkala sehingga menjadi konten yang efektif dan mendapatkan antusias dari para audiens terhadap sosial media Colab Pharma.

### 3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama praktik kerja magang di Colab Pharma Indonesia sebagai *content creator*, terdapat beberapa hambatan yang ditemukan. Berikut adalah beberapa hambatan yang alami:

1. Aktivitas magang yang terbilang cukup baru bagi penulis, sehingga banyak hal baru yang membuat penulis harus dapat beradaptasi agar dapat menjalankan praktik kerja magang terlaksana dengan baik.
2. Miskomunikasi yang terjadi dengan *social media specialist* saat proses pembuatan konten sehingga sempat terjadi kekurangan kelengkapan informasi untuk konten *reels* yang sedang dibuat. Hal ini disebabkan karena masa pandemi yang masih berlangsung sehingga tim hanya dapat melakukan komunikasi secara *online* saja.
3. Terkadang penulis masih sulit dalam menyusun kata-kata yang nantinya akan dimasukkan dalam konten *reels* dan *caption* pada *social media* Instagram.

### 3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang penulis lakukan sebagai *content creator* untuk mengatasi kendala yang dialami, yaitu sebagai berikut:

1. Penulis berusaha untuk beradaptasi dengan lingkungan pekerjaan di perusahaan agar dapat melakukan kerja secara maksimal sehingga proses praktik kerja magang dapat berjalan dengan baik.
2. Melakukan evaluasi setiap akhir bulan untuk mengulas kembali mengenai seluruh hasil kerja yang telah dilakukan. Hal ini dilakukan sebagai bentuk cara untuk mengurangi adanya kesalahan dan miskomunikasi yang pernah terjadi sebelumnya serta meningkatkan kinerja tim untuk kedepannya.

3. Mencari dan meriset kembali dengan mencari referensi agar dapat menyusun kata-kata secara benar dan informatif agar konten *reels* yang dihasilkan dapat menarik perhatian target audiens.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA