

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang di Perusahaan Umum Jasa Tirta II, proses kerja magang ditempatkan dalam Unit Usaha Pariwisata dan Hotel di Departemen Sub Bidang Kerjasama dan Pemasaran sebagai Marketing Communication di bidang *Digital Marketing Intern*. Departemen pada proses kerja magang dipimpin oleh Maherna Kartikawati sebagai Kepala Divisi Sub bidang Kerjasama dan Pemasaran sekaligus asisten manager dari bagian Bidang Kerjasama dan Pengembangan, dan sebagai *supervisor* dari proses kerja magang. Proses kerja magang juga mendapatkan arahan dari *supervisor* Maherna Kartikawati selaku Marketing communication di bawah naungan bidang Kerjasama dan Pemasaran. Dalam menjalankan tugas yang diberikan, proses kerja magang berkoordinasi langsung dengan *supervisor* dengan berkaitan pekerjaan yang diberikan.

Dalam melakukan peran sebagai Digital Marketing Intern, ada beberapa pekerjaan utama seperti membuat konten harian untuk akun Instagram @jatiluhur\_valleyresort baik dalam konten *Instagram story*, *Instagram post* maupun *reels*. Selain itu, perancangan pembuatan konsep visual dan *copywriting* dari konsep *flyer*, *brosur*, *banner*, serta promo bulanan maupun mingguan, yang akan dipromosikan melalui media sosial dan media *offline* oleh Jatiluhur Valley and Resort selaku pengelola wisata. Pekerjaan yang dimulai dari proses *brainstorming* untuk konsep hingga pengeksekusian, *content editing*, membuat *copywriting* untuk *caption* Instagram *feeds* yang diunggah melalui media sosialnya. Proses kerja magang juga terlibat dalam proses *video production* dalam pembuatan *video* promosi wisata yang dilakukan oleh tim Marketing Communication.

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di Perum Jasa Tirta terutama di Jatiluhur Valley and Resort, proses kerja magang dibimbing oleh Maherna Kartikawati yang merupakan *supervisor*. Segala jenis pekerjaan yang akan

dilakukan pada proses kerja magang ini harus dalam bimbingan Maherna Kartika untuk memastikan konten dan persetujuan sesuai dengan diharapkan, kemudian ketika konten selesai dibuat, *supervisor* akan melakukan asistensi untuk mengetahui adanya saran maupun perbaikan sebelum akhirnya di-*post* ke akun media sosial instagram Jatiluhur Valley and Resort. Setelah konten di-*posting*, kemudian tim Marketing Communication melakukan *brainstorming* dari konten tersebut untuk mengetahui *engagement* dari postingan tersebut serta menganalisis bagaimana cara untuk meningkatkan *performan* akun media sosial Jatiluhur Valley and Resort

### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di Jatiluhur Valley and Resort milik Perum Jasa Titra II sebagai *Digital Marketing*, proses kerja magang juga mendapatkan tugas yang relevan dengan bidang keilmuan yaitu:

- 1) *Social Media Marketing*
- 2) *Copywriting*
- 3) *Media Production*

<b><i>Social Media Marketing</i></b>	Merancang dan membuat ide konsep visual konten media sosial tentang dunia wisata yang menarik, menganalisis sosial media @jatiluhur_valleyresort dengan Instagram yang lain.
<b><i>Copywriting</i></b>	Membuat <i>caption copywriting</i> untuk diunggah melalui media sosial dengan visual konten konsep yang telah dirancang dan dibuat.
<b><i>Media Production</i></b>	Merancang dan membuat ide konsep video untuk promosi wisata Jatiluhur Valley and Resort, baik dalam bentuk <i>video reels</i> maupun <i>videography</i> . Selain video, merancang konsep <i>banner</i> , <i>e-flyer</i> untuk promosi wisata melalui media sosial Jatiluhur Valley and Resort.

Tabel 3.2 1 Tugas Utama Digital Marketing

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

TIMELINE WORK DAILY ACTIVITES DIGITAL MARKETING JATILUHUR VALLEY AND RESORT												
No	Jenis Pekerjaan		Januari			Februari			Maret			
1	Media Production	Short Movie Video										
		Editing Video reels										
		Desain E-Flyer										
2	CopyWriting											
3	Social Media Marketing											

Tabel 3.2.2 Timeline Tugas Proses Kerja Magang

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### A. *Social Media Marketing*

Selama proses praktik kerja magang, mendapat tugas yang berkaitan tentang *social media marketing*. Di antaranya merancang konten informatif, menganalisis target *audience*, menganalisis media sosial atau pemilihan platform media sosial. Tujuan melakukan aktivitas tersebut untuk mengetahui target *audience* dan pemilihan platform media sosial sebagai pembuatan konten yang informatif dan menarik.

Selama melakukan kerja praktik kerja magang, terdapat tahapan-tahapan:

- Memilih platform media sosial: *Facebook, Instagram, dan Tiktok*
- Mencari kata kunci atau *keyword* untuk menemukan apa yang dicari oleh banyak orang tentang wisata
- Mengumpulkan ide konsep tentang konten
- Membuat konten *feeds* bersama tim *marketing communication* yang menyangkut konten wisata

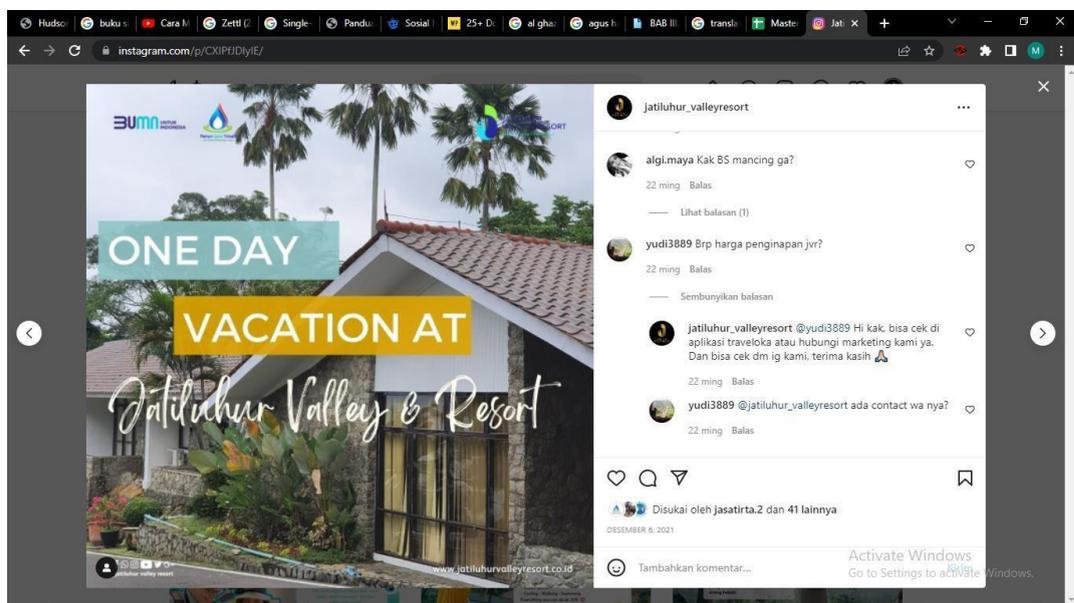
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

FEBRUARI						
SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	Done
	1/2/2022	1/2/2022	2/2/22	3/2/2022	4/2/2022	
	Imlek day	Ayam mentega	Hotel	Quotes	Reels D'bay	
	2573. Happy Chinese New Year Year Of Tiger	video chat mimi ayam mentega	Akhir weekendmu di Jatiluhur Valley and Resort	quotes dari jack ma		
	Keluarga besar Jatiluhur Valley and Resort mengucapkan Selamat Tahun baru Imlek 2573 Semoga keberuntungan, kasih sayang, dan kesehatan melingkupimu di sepanjang tahun!	Hi sobat Kece JVR Siapa nih yang suka di chatin sama temen soal makanan ?? Yang ga sabaran banget. Pasti pernah kan, nih mimin diajak makan ayam mentega sama mimi. Hihhi baru bangun mimi chatnya udah banyak aja ngajakin makan. Ayam mentega yang dimasak oleh chef Oka di Istora Caffe and Resto, tentunya enak banget dan bikin nagih. Yuk ditunggu di Jatiluhur Valley and Resort!!	Hi sobat Kece JVR Catat jadwal akhir pekanmu dan luangkan waktumu untuk menyenangkan diri di Jatiluhur Valley and Resort. Sembari manikmati akhir pekan dibulan february ini, jangan lupa untuk berbagi keseruanmu. Gunakan hastag #MyFebruaryWithJVR #vacation #staycation #wisata #jatiluhur #purwakarta #jatiluhurvalleyresort	Terkadang cita cinta dan harapan diawali dari mimpi Sobat kece JVR Jangan pernah palah semangat mengejar mimpi yak... Kalau lelah istirahat sebentar, recharge semangat dulu di JVR bareng mimin #quotes #umatberkah #daily #vacation #staycation #wisata #jatiluhur #purwakarta #jatiluhurvalleyresort #kekinian	Februari bulan penuh cinta Buat kalian yg sudah menemukan cinta. Pun juga kalian yg belum bertemu dengan cinta Yuk kesini bareng sama mimin menikmati pelukan hangat semesta yang penuh cinta di D'Bay #wisata #jatiluhurvalleyresort #jatiluhurwaterworld #purwakarta #Indonesia #reels #alam	

Gambar 3.2 1 Perencanaan Konten Sosial Media Jatiluhur Valley and Resort

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Perencanaan konten yang dibuat pada proses kerja magang ini, untuk membantu dalam menyusun konten yang menarik dan informatif mengenai informasi wisata Jatiluhur Valley and Resort melalui *media social* Instagram, Facebook, dan TikTok.



Gambar 3.2 2 Interaksi komentar dari *followers*

Sumber: Arsip File Proses Kerja Magang (2022)

Proses kerja magang juga melakukan interaksi dengan *followers* dari media sosial Jatiluhur Valley and Resort, interaksi tersebut bertujuan untuk membangun relasi pihak pengelola wisata dengan pengunjung wisata.

Selanjutnya proses kerja magang juga melakukan iklan berbayar melalui media sosial seperti Facebook ads, dan Instagram Ads. Hal ini bertujuan agar konten yang sudah dikemas tertuju kepada *target audience* secara meluas.

Selanjutnya menganalisis *target audience* pada wisata Jatiluhur Valley and Resort mengenai kebutuhan dan keinginan apa yang sedang dicari oleh pengunjung. Hal ini dilakukan melalui *engagement social media* melalui konten *insight*, selain itu dilihat dari pertanyaan pengunjung dari social media Jatiluhur Valley and Resort melalui *direct message* di Instagram.

Sesuai dengan praktik kerja magang dalam melakukan keterampilan menganalisa *social media marketing* perlu memiliki pemahaman tentang *tools social media marketing* dan target pasar yang dituju, sehingga apa yang sudah dilakukan sesuai dengan kemauan perusahaan.

Tujuan dari menganalisa, mengumpulkan ide konsep konten adalah untuk mengetahui *target market* dan meningkatkan *awareness* pada sosial media terutama di bidang pariwisata.

Strategi sosial media bisa berupa konten, artikel, video atau foto, dan konten. (Faradilla, 2022). Ada tahapan langkah yang harus dilakukan pada *Social Media Marketing*, yaitu:

- 1) Pembuatan rencana tujuan yang matang. Hal ini bertujuan mengetahui produk yang diberikan banyak diperkenalkan, atau hanya untuk meningkatkan *rate engagement*. Maka dari itu, perlu adanya pembuatan rencana konten untuk membantu membangun suatu konten sesuai tema tujuannya.
- 2) Mengenali calon *target audience*. Di dunia pariwisata seperti Jatiluhur Valley and Resort perlu juga mengetahui kebutuhan *target audience*, apa yang sedang dibutuhkan dan dicari. Selain itu perusahaan

mengidentifikasi target *audience* yang dituju sesuai kebutuhan, misal menawarkan paket *honeymoon* dengan memberikan tempat yang nyaman untuk suami istri yang baru saja menikah. Setelah mengidentifikasi target *audience*, maka membuat rancangan konten sesuai dengan karakteristik audiens.

- 3) Memilih *platform* media sosial, bertujuan untuk memfokuskan pembuatan konten agar konsisten dengan pemilihan platform media sosial yang dipilih.
- 4) Membangun relasi dengan pelanggan, yaitu berinteraksi dengan *audiens* melalui media sosial. Hal ini membantu meningkatkan *rate engagement*, yang nantinya mendorong keberhasilan sosial media *marketing*.
- 5) Mengoptimisasi konten pemasaran, memaksimalkan konten pemasaran media sosial dengan menggunakan beberapa tool berbayar untuk beriklan di media sosial. Misalnya menggunakan *Facebook ads*, *Instagram ads*, *youtube ads*.

Jatiluhur Valley and Resort memiliki karakteristik *audience* yaitu *audiens* yang senang berlibur dan menikmati pemandangan, wisata yang diberikan juga bukan soal alam saja. Namun memberikan beberapa *venue* yang ditawarkan kepada audiens seperti, hotel, villa, *paddle*, dan rekreasi.

Dalam proses kerja magang sering melakukan analisis mengenai konten media sosial, dan *digital marketing* lainnya di kampus. Pada *social media marketing* terutama penggunaan *hashtags*, pembeda antara akun organik dan non-organik yang kurang mendalami oleh proses kerja magang. Hal itu membuat kesulitan tersendiri pada proses kerja magang untuk menganalisis dan membuat konten lebih stabil, yang kemudian harus dipelajari dan melakukan *research* mengenai *social media marketing*

### **B. Copywriting**

Dalam proses kerja magang ini juga melakukan *copywriting* untuk caption *feeds* Instagram untuk menunjang kebutuhan konten di media sosial @jatiluhur\_valleyresort.



Gambar 2 5 social media Instagram Jatiluhur Valley and Resort

Sumber: Arsip File (2022)

Terdapat konten *feeds* @jatiluhur\_valleyresort yang berisikan mengajak *audience* atau *followers* untuk datang berlibur ke Jatiluhur Valley and Resort, dengan menyampaikan melalui konten *meme* (berupa konten yang lucu) yang sedang *viral*. Dalam proses kerja magang ini melakukan *research* topik terlebih dahulu sebelum melakukan penulisan, dan setelah melakukan *research* proses kerja magang melakukan penyusunan penulisan dengan menggunakan gaya bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini bertujuan agar mudah dipahami oleh banyak orang dan informasi tersampaikan.

Tujuan dari penulisan konten ini adalah untuk menarik konsumen agar tertarik dengan produk wisata yang ditawarkan, hal biasa yang dilakukan dalam proses kerja magang ini:

- Melakukan riset terlebih dahulu sebelum melakukan penyusunan *copywriting* dengan baik.
- Tahapan yang biasa dilakukan oleh proses kerja magang adalah mengetahui *target audience* pada Jatiluhur Valley and Resort, jenis bahasa

yang digunakan oleh proses kerja magang untuk menarik perhatian pembaca

- Memiliki pikiran yang *open minded* dengan memposisikan sebagai pembaca ketika membaca suatu pesan dari proses kerja magang.
- Mengumpulkan data yang relevan.
- Melakukan penulisan yang menarik untuk dipublikasikan.

Hal ini membantu proses kerja magang untuk mendapatkan ide dalam penyusunan *copywriting* dalam bentuk *caption* maupun bentuk konten gambar atau video. Menurut Agustrijo (2016, p. 33), *Copywriting* merupakan seni penulisan yang memiliki ragam gaya dan pendekatan yang dihasilkan dengan cara kerja keras dengan melalui sebuah perencanaan dan kerjasama dengan klien, *staff legal, account executive*, peneliti dan juga direktur seni.

*Copywriting* dilakukan proses kerja magang dengan tujuan memberikan sebuah informasi berkaitan produk yang diiklankan dengan bahasa yang menarik, sehingga para pembaca tertarik terhadap produk wisata yang ditawarkan. *Copywriting* sering digunakan oleh media cetak maupun *online* dengan menggunakan seni kreativitas dalam penyusunan sebuah kalimat.

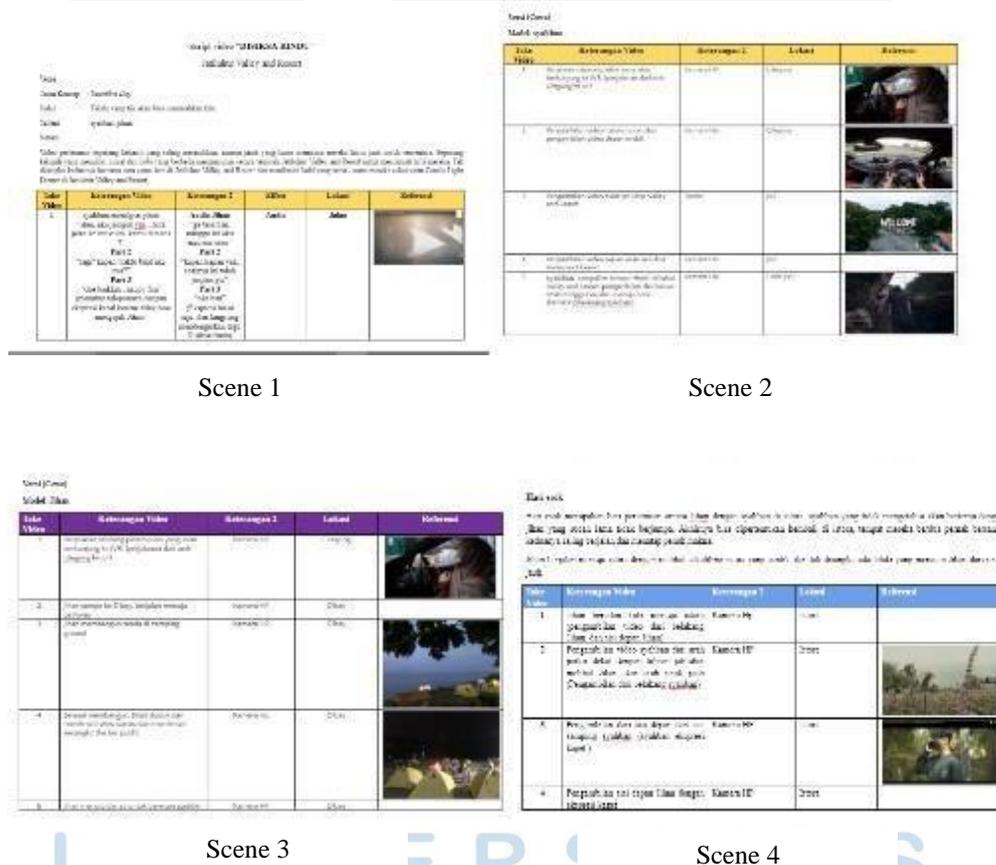
Dalam kegiatan proses kerja magang ini mengenai *copywriting*, hal ini sudah dilakukan di kampus. Kesesuaian dalam langkah kerja beserta konsep memudahkan untuk melakukan tugas yang telah dilakukan.

### **C. Media Production**

Selama proses praktik kerja magang, ditugaskan untuk memproduksi video dan desain grafis yang dapat dilakukan untuk memenuhi dan menjalankan fungsi Departemen Kerjasama dan Pemasaran di Jatiluhur Valley and Resort. Beberapa pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja magang adalah merancang konsep *short movie video, editing video reels* yang akan diunggah melalui media sosial, merancang dan mendesain *e-flyer brosur* untuk promosi wisata.

1) Pembuatan video

Dalam progres kerja magang melakukan tugas pembuatan video, proses kerja magang ini merangkai sebuah naskah untuk menyusun tahapan-tahapan dalam proses pembuatan video yang akan dihasilkan nantinya. Proses video dibuat menjadi beberapa tiga *scene* yang berbeda-beda, dengan topik yang sama. Tim Marketing Communication melakukan penentuan tempat proses untuk pengambilan video, dan menghitung biaya pengeluaran yang akan digunakan saat pengambilan video. Hal ini merupakan bagian dari proses produksi video yang telah disusun dan rencanakan.



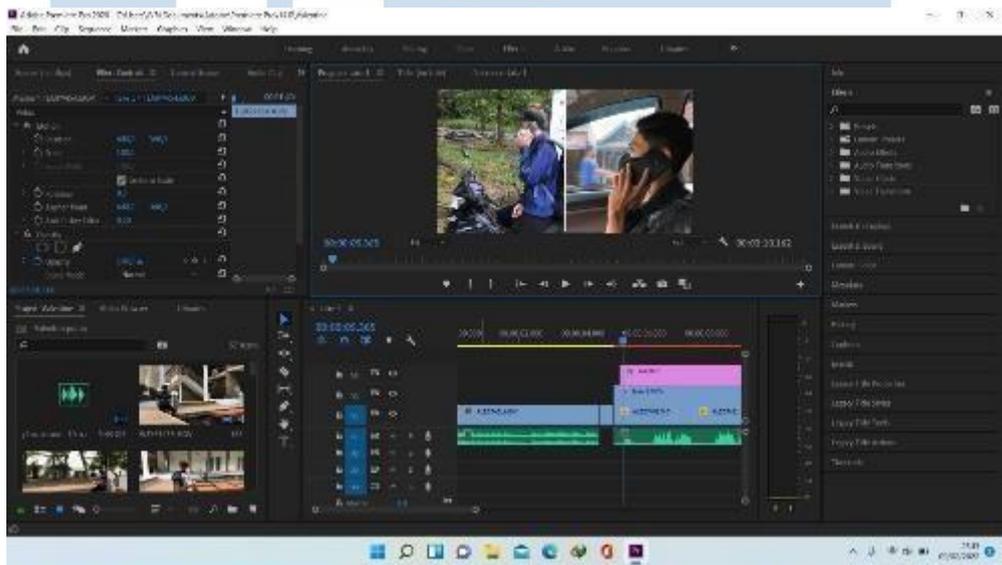
Gambar 2.6 Konsep Script Video

sumber: Arsip File (2022)

Setelah melakukan proses pembuatan *script*, selanjutnya *script* akan diteruskan kepada atasan untuk *revision* dan pengubahan apabila ada masukan dan saran dari

Asisten Manajer Kerjasama dan Pemasaran. *Script* ini bertujuan untuk menjadi pedoman dalam proses *shooting video* atau *take video*.

Selanjutnya adalah produksi video, tim marketing communication akan melakukan tahapan pengambilan video di berbagai tempat. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan *scene* yang baik dalam pemrosesan video, tim marketing communication melakukan arahan dan gaya kepada pemeran atau model untuk mendapatkan *scene* yang baik saat melakukan *take video*.



Gambar 2 7 Proses Editing Video

Sumber: Arsip File (2022)

Setelah melakukan proses pengambilan video, proses kerja magang ini melakukan proses *editing* menggunakan aplikasi *editing video* yaitu Adobe Premiere 2020. Pada proses editing video, bertujuan untuk menyatukan video satu dengan video lainnya agar menghasilkan video yang sempurna. Bentuk produksi video ini merupakan video *cinema* dengan latarbelakang wisata Jatiluhur Valley and Resort, dan hasil dari proses video ini akan diunggah melalui media sosial Instagram @jatiluhur\_valleyresort.

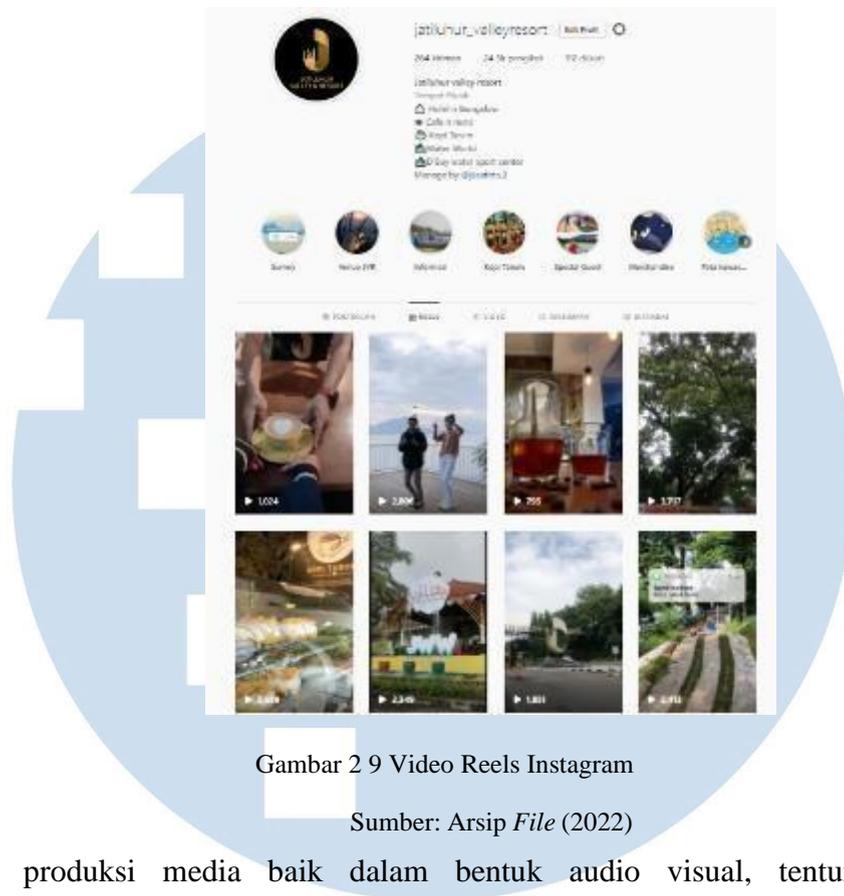
Dalam pembuatan *short movie video* tim *marketing communication* melakukan tahapan dalam pembuatan tiga tahapan, yaitu pra produksi, produksi, pasca produksi khususnya menangani kebutuhan pemrosesan video. Pada tahap pra-produksi proses kerja magang mendapatkan tugas dari Asisten Manajer Kerjasama dan Pemasaran. Setelah mendapat *brief*, proses kerja magang juga membuat dan merancang *script* atau naskah untuk menyusun produksi video dengan baik.



Gambar 2 8 Gambar Perancangan Proses Video

Sumber: Olahan Proses Kerja Magang (2022)

Selain membuat *short movie video*, proses kerja magang juga melakukan *editing video reels* yang nantinya akan diunggah melalui media sosial Instagram @jatiluhur\_valleyresort. Sebelum melakukan *editing video reels* untuk mingguan, proses kerja magang juga melakukan tahapan riset konten video yang menarik dan pemilihan lagu *trend* yang banyak digunakan oleh *content creator*. Hal ini bertujuan untuk menaikkan *insight* media sosial dan menarik perhatian target *audience* untuk berlibur ke wisata yang ditawarkan.



Gambar 2 9 Video Reels Instagram

Sumber: Arsip *File* (2022)

Dalam produksi media baik dalam bentuk audio visual, tentunya akan membutuhkan beberapa tahapan untuk mendapatkan hasil produksi media yang maksimal. Menurut Zettl (2012, pp. 4 - 485), tahapan produksi dibagi menjadi tiga bagian:

a. Pra produksi

Merupakan persiapan sebelum melakukan aktivitas sebelum masuk kedalam studio atau lapangan.

b. Produksi

Merupakan tahap produksi merupakan saat kru dan peralatan mulai ditempatkan distudio dan melakukan tahapan pengambilan gambar maupun audio.

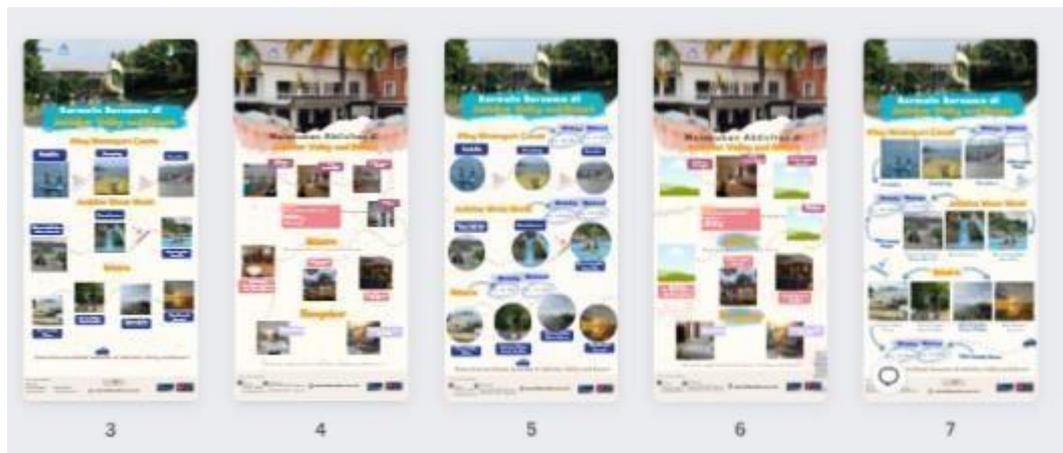
c. Pasca Produksi

Merupakan tahap pasca produksi merupakan tahap editing video dan suara agar tersinkronisasi. Melakukan sinkronisasi warna,

perbaikan suara, dan penambahan efek-efek gambar saat melakukan editing

## 2) Membuat konsep Visual

Pada proses kerja magang melakukan tugas penentuan konsep visual, hal ini dilakukan untuk membuat konsep visual yang menarik mungkin untuk ditujukan kepada konsumen. Proses kerja magang ditugaskan untuk merancang dan membuat desain untuk *e-flyer* banner maupun brosur yang nantinya akan dicetak dan disebarakan kepada target *audience*. Pada aktivitas ini, *marketing communication intern* membuat dan mendesain *e-flyer* dengan bentuk yang menarik dan *eye catching*. *E-flyer* ini berisikan informasi kawasan wisata Jatiluhur Valley and Resort beserta harga tiket masuk. Proses perancangan dan pembuatan, menggunakan media seperti Canva dan Adobe Illustrator untuk membantu hasil yang lebih baik dan juga menarik. Pada tahap ini, proses kerja magang ini membuat beberapa referensi desain yang nantinya supervisi lapangan memilih desain *e-flyer* yang cocok untuk di cetak dan disebarluaskan.



Gambar 2 10 Design E-flyer Kawasan Wisata Jatiluhur Valley and Resort

Sumber: Arsip File (2022)

Setelah adanya keputusan akan menggunakan *e-flyer* mana yang akan digunakan, tim *marketing communication intern* melakukan tahap *revision* materi

dan desain dari hasil keputusan yang telah disetujui oleh pihak Departement Kerjasama dan Pemasaran.

Dalam memproduksi *design* grafis, tim marketing communication melakukan beberapa proses perencanaan grafis, menurut Hendratman (2017, pp. 21-32) dalam bukunya *Computer Design Graphic* yaitu:

- a. Mencari sebuah informasi kebutuhan  
Mengumpulkan informasi secara lengkap dan sebanyak mungkin terutama apa yang dibutuhkan oleh konsumen seperti informasi seputar pariwisata. Hal ini merupakan langkah dari proses desain grafis
- b. Membuat kerangka kerja  
Di sini semua pembicaraan dalam pengumpulan sebuah informasi disusun secara tertulis dan formal. Tahap ini penting agar tidak ada kemunduran atau pengulangan terhadap konsep atau keinginan yang telah disepakati.
- c. Mencari ide kreatif  
Melakukan pencarian ide kreatif diperlukan studi banding, literatur, wawasan yang luas, diskusi, wawancara. Hal ini dilakukan agar desain yang disusun bisa diterima *audience* dan membangkitkan kesan tertentu yang sulit dilupakan oleh *audience*.
- d. Olah data  
Mengolah data berupa teks atau gambar terlebih dahulu harus kita pilah dan seleksi, apakah data itu cocok untuk ditampilkan atau tidak.
- e. Visualisasi  
Setelah proses data yang sudah disortir, saatnya untuk menentukan unsur-unsur grafis yang cocok untuk karya yang dibuat.
- f. Produksi  
Setelah desain selesai, maka desain akan di *review* dan diproses sebelum dicetak atau dipublikasi. Hal ini apabila jika terjadi warna dan komponen kurang memadai dan tidak ada kesalahan, maka desain siap untuk dicetak atau dipublikasikan.

Dalam proses kerja magang sudah mengenal tentang *Media Production* dan hal ini juga sudah sering dilakukan di kampus. Kesesuaian dalam langkah kerja beserta konsep sangat memudahkan untuk melakukan tugas yang sudah dilakukan.

### **3.2.3 Kendala Selama Praktik Kerja Magang**

Pada pelaksanaan praktik kerja magang di Perum Jasa Tirta II selama 60 hari, progres kerja magang mengalami kendala selama magang sebagai tim *digital marketing intern* yaitu:

- 1) Proses kerja magang mengalami kendala pada aktivitas bagian *sosial media marketing*, karena sosial media yang dipilih seperti Instagram merupakan akun media sosial yang tidak organik sehingga progres kerja magang merasa kesulitan dalam menentukan dan melihat *insight* dari *target audience* dan *hashtags* konten yang dikerjakan oleh progres kerja magang saat praktik kerja magang.
- 2) Kendala yang dialami selanjutnya adalah saat menjalankan aktivitas digital marketing terutama pada aktivitas *sosial media marketing* salah satunya adalah saat harus membuat konten setiap harinya tanpa menggunakan SEO, dalam praktik sebenarnya SEO membantu dalam penentuan konten yang tepat.

### **3.2.4 Solusi Atas Kendala**

Solusi yang ditemukan oleh progres kerja magang saat melakukan praktik kerja magang di Perum Jasa Tirta II:

- 1) Dalam hal ini, Universitas dapat membantu bagaimana menganalisis konten *sosial media marketing* dari mulai penggunaan *hashtag*, maupun *insight* dari sosial media.
- 2) Dalam mengatasi kendala, solusi yang dilakukan adalah dengan melakukan *research* menggunakan *google keyword* untuk mendapatkan topik-topik yang dapat dijadikan penentuan konten yang dibutuhkan selama proses kerja magang.