

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pelaksanaan kerja magang dilakukan di PT ELITE INTERNATIONAL khususnya pada divisi *Advertising & Promotion* dan departemen *Digital Marketing* selama melaksanakan kerja magang, mahasiswa dibimbing oleh Frieda Dharmawan selaku *Brand Manager*.

Pada divisi *Advertising & Promotion*, penulis berkedudukan sebagai *Social media* dan *live streaming internship* yang memiliki tugas untuk manajemen media sosial dan *e-commerce* dari PT ELITE INTERNATIONAL. Koordinasi yang dilakukan dengan Frieda Dharmawan selaku *Brand Manager* membahas mengenai perencanaan konten, produk yang mau dipromosikan dan melakukan Live Streaming di sosial media, yang diawasi oleh Wijaya Kusuma sebagai *Digital Marketing*.

3.2 Tugas Yang Dilakukan

Untuk menjelaskan pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama 60 hari kerja di PT ELITE INTERNATIONAL sebagai *Social Media* dan *live streaming internship* pada divisi *Advertising & Promotion*, penulis telah merangkumnya dalam tabel yang terlampir di bawah ini:

| No. | Aktivitas | AUG | | SEPT | | | | OCT | | | | NOV | | |
|-----|-------------------------------------|-----|---|------|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|
| | | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 |
| 1 | <i>Content Planning</i> | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | <i>Content Writing & Design</i> | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Mengunggah konten Media Sosial | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | <i>Brand Activation</i> | | | | | | | | | | | | | |

Tabel 3.1 Aktivitas Praktek Kerja Magang

Sumber: Olahan Data Penulis, 2023

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama melakukan praktek magang di PT ELITE INTERNATIONAL sebagai tim *Advertising & Promotion* bertanggung jawab atas pembuatan konten dan melakukan *live streaming*. Setelah membuat konten akan diunggah ke Instagram @thirtythreewatch dan @wishwatch.id. Saat melakukan *live streaming* menggunakan banyak platform yaitu Instagram, Tiktok dan Shopee. Berikut uraian pelaksanaan kerja magang dalam tim *Advertising & Promotion*:

1. *Content Planning*

Content plan atau perencanaan konten adalah kegiatan untuk merencanakan, membuat dan mendistribusikan konten yang menarik dan kreatif untuk mencapai tujuan bisnis sesuai dengan keinginan audiens dengan cara mendorong minat audiens terhadap perusahaan. Menurut (Alder, 1999) menjelaskan bahwa konsep perencanaan menentukan apa yang ingin dicapai di masa depan dan juga menentukan beberapa langkah untuk mencapai tujuan tersebut. Pada tahap awal, perusahaan harus menetapkan target atau tujuan secara jelas dalam suatu kelompok atau segmentasi untuk mendistribusikan nilai pelanggannya.

a. Menentukan Target Audiens

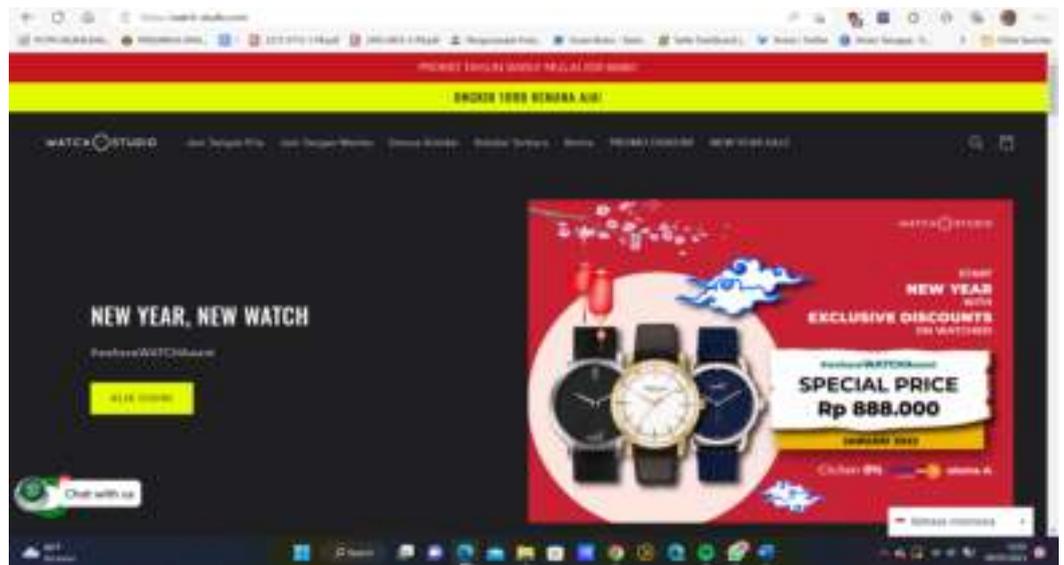
Dalam praktek kerja magang, mahasiswa diminta untuk memahami target audiens dari PT ELITE INTERNATIONAL dengan melihat demografi pengikut media sosial. Pengikut media sosial PT ELITE INTERNATIONAL berkisar di usia 24-40 tahun yang merupakan generasi milenial dan gen x. Rentang umur target ini juga dilihat dari segmentasi psikografis yaitu memiliki kelas sosial yang berkategori pekerja, menengah bawah dan menengah ke atas. Memiliki gaya hidup yang sangat *fashionable* dan yang suka ber koleksi produk atau

brand. Setelah mengetahui target konsumen dari PT ELITE INTERNATIONAL, perusahaan juga banyak berinteraksi di sosial media yang dimiliki oleh PT ELITE INTERNATIONAL khususnya Instagram, Tiktok, Shopee dan Tokopedia. Dengan melihat data tersebut, maka mahasiswa dalam melakukan *social media marketing* harus mampu membuat konten yang menarik untuk di unggah ke Instagram dan mampu mempromosikan produk dengan cara *live streaming* sesuai dengan target audiens dan untuk cara penyampaian dilakukan dengan cara yang tidak terlalu formal dan harus terlihat lebih “*fun*”

b. Menentukan pesan yang ingin disampaikan

Sesuai arahan dari Brand Manager, mahasiswa ditugaskan untuk memahami beberapa produk dari perusahaan dan melihat beberapa konten dari senior. Setelah memahami produk dan melihat contoh konten dari senior, ditemukan bahwa riset lebih mendalam akan karakteristik produk perlu dilakukan guna menciptakan konten marketing yang lebih baik. Riset yang dilakukan yaitu berupa mempelajari produk, mencari desain visual yang menarik, mencari konten yang lagi up to date.

Untuk menyampaikan pesan kepada konsumen perlu memahami produk terlebih dahulu, dikarenakan produk yang berupa jam tangan datang dengan beragam jenis model dan detail yang berbeda, bergantung pada target market nya. Untuk riset pertama dimulai dari website perusahaan dengan melihat detail dari jam tangan. Setelah mempelajari model-model jam tangan melalui website.



Gambar 3.1 Website Watch-studio

Sumber: Olahan data penulis, 2023

Untuk riset yang kedua dilakukan dengan mencari desain visual dengan melihat contoh dari senior yang sudah pernah ia buat. Kemudian untuk riset yang ketiga dilakukan dengan mengikuti konten lucu yang lagi *viral* melalui media sosial untuk menjadi inspirasi dalam membuat konten dengan mengikuti *trend* tersebut agar bisa menjadi sorotan para konsumen

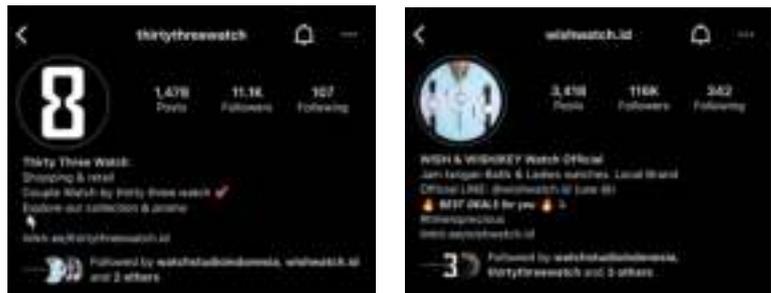
c. Menentukan jam untuk melakukan unggahan

Jadwal ini merupakan jadwal pasti yang disesuaikan dengan *peak hours activity* di media sosial Instagram. Proses penjadwalan ini dilakukan dengan bantuan *tools Creators*. Secara umum, waktu yang tepat mengunggah konten di Instagram yaitu mulai dari pagi hari hingga siang dan malam. Waktu di mana secara sebagian besar pengguna media sosial sedang beristirahat, makan siang

atau bersantai di malam hari. Pada jam yang telah ditentukan, pekerja magang mengunggah konten di momen-momen itu agar pengguna yang sedang aktif dapat langsung melihat konten. Penentuan jadwal dilakukan dengan meninjau isi konten instagram, juga berdasarkan kapan audiens dianggap aktif dalam menggunakan aplikasi Instagram. Selain itu, konten Instagram juga diunggah berdasarkan apa yang sedang viral dan tren di sosial media. Jadwal *upload post* Instagram sendiri sebagai berikut:

- Pukul 09:00-10:00
- Pukul 13:00-14:00
- Pukul 16:00-17:00
- Pukul 19:00-20:00
- Pukul 21:00-22:00

Setelah mendapatkan jadwal dan *upload* konten ke Instagram Story, penulis juga mendapatkan tugas untuk membuat konten desain visual untuk diunggah ke Instagram Feeds dan mendapatkan tugas untuk membuat video untuk diunggah ke Instagram Reels. Jadwal untuk post Instagram feeds dan Instagram Reels seminggu 2 kali di hari selasa dan kamis pada pukul 16:00. Akun yang digunakan untuk mengunggah konten tersebut @thirtythreewatch dan @wishwatch.id



Gambar 3.2 Akun Instagram Thirtythreewatch & wishwatch.id

Sumber: Olahan data penulis, 2023

2. Content Writing & Design

Setelah melakukan *content planning*, penulis melakukan *content writing* yang ditampilkan dalam bentuk pembuatan *caption* dan penulisan teks pada konten yang memiliki desain visual yang menarik perhatian audiens yang merupakan salah satu tujuan dari *content writing*. Pembuatan *caption* memiliki manfaat yaitu sebagai informasi tambahan untuk menyempurnakan visual konten. Penulis diminta untuk membuat desain visual dan *caption* untuk diunggah ke Instagram @thirtythreewatch dan @wishwatch.id. Berikut konten yang diunggah:

| No. | Desain Visual | Caption |
|-----|---------------|--|
| 1 | | <p>“kakunodate series by thirty three available at www.watch-studio.com”</p> |

| | | |
|---|---|---|
| 2 |  | <p>“PROMO DISKON ONLY 299k! VISIT US AT WWW.WATCH-STUDIO.COM”</p> |
|---|---|---|

Tabel 3.2 Konten Feeds Instagram

Sumber: Olahan data penulis, 2023

3. Mengunggah konten Media Sosial

Pembuatan konten media sosial sudah menjadi salah satu kegiatan yang berbasis digital dengan banyak konten yang lucu, edukasi dan informatif untuk menarik perhatian pelanggan. Dengan bantuan jaringan sosial yang sudah ada di mana saja yang sering dilakukan media sosial juga melibatkan partisipasi dalam diskusi dan berbagi ide dan konten yang harus dilakukan (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019, -. 238). Ide atau konten yang sudah dibuat seperti desain visual yang menarik atau video akan diunggah ke Instagram *story*, *feeds* dan *reels*. Jadwal unggahan konten sudah ditentukan pada bagian *content plan*. Berikut uraian konten yang diunggah:

| | | |
|-----|-------------------|---------------|
| Jam | @thirtythreewtach | @wishwatch.id |
|-----|-------------------|---------------|

| | | |
|--------------------|---|--|
| <p>09:00-10:00</p> |  |  |
| <p>13:00-14:00</p> |  |  |

| | | |
|--------------------|--|--|
| <p>16:00-17:00</p> |  <p>COUPLE WATCH OSAKA SERIES</p> <p>Get The Price Now</p> <p>BUY NOW</p> |  <p>PROMO DISKON GLOWING SERIES</p> <p>UP TO 60% OFF</p> <p>BUY NOW</p> |
| <p>19:00-20:00</p> |  <p><i>Thirty Three</i> Features</p> <p>BUY NOW</p> |  <p>SOPHIA ONLY 680K!</p> <p>BUY NOW</p> |

| | | |
|-------------|--|---|
| 21:00-22:00 |  |  |
|-------------|--|---|

Tabel 3.3 Konten Story Instagram

Sumber: Olahan data penulis, 2023

| | | |
|--------------------|---|---|
| Jam & Hari. | @thirtythreewatch | @wishwatch.id |
| Selasa Pukul 16:00 |  |  |

| | | |
|----------------------------------|---|---|
| <p>Kamis Pukul 16:00</p> |  |  |
|----------------------------------|---|---|

Table 3.4 Konten Feeds & Reels Instagram

Sumber: Olahan data penulis, 2023

4. *Brand Activation*

Brand Activation atau aktivasi merek memiliki definisi yaitu sebagai bentuk promosi merek melalui interaksi yang lebih dekat dengan pengguna melalui berbagai fitur yang menarik perhatian para konsumen. Menurut Dissanayake (2018) aktivasi merek merupakan penciptaan pengalaman konsumen yang mempengaruhi daya tarik konsumen. Dalam hal ini, aktivasi merek adalah platform yang menawarkan poin positif kepada konsumen dan bisnis. *Brand Experience* atau pengalaman merek merupakan bagian dari *brand activation*. Pekerja magang mendapatkan tanggung jawab untuk menawarkan produk dengan beberapa cara yaitu mempromosikan menggunakan desain visual yang akan diunggah ke Instagram Story, Instagram Feeds. Berikut uraian promo yang diunggah di Instagram:

| No. | Instagram Feeds | Instagram Story |
|-----|---|--|
| 1. |  |  |

Table 3.5 Promo Instagram Feeds & Story

Sumber: Olahan data penulis, 2023

Berinteraksi antara konsumen untuk melakukan pemasaran dimana konsumen juga dapat memahami produk tersebut contohnya seperti melakukan pameran, *campaign*, *sponsor*, dll. *Live Streaming* juga termasuk dalam *brand activation* dikarenakan para host bisa melakukan promosi dengan konsumen dan juga bisa berinteraksi melalui kolom komentar. Pekerja magang mendapatkan tanggung jawab melakukan *Live Streaming* untuk mempromosikan produk menggunakan akun Instagram, Tiktok dan Shopee.



Gambar 3.3 *Live Streaming*

Sumber: Olahan data penulis, 2023

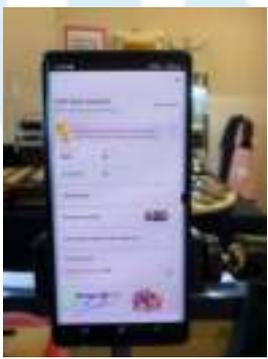
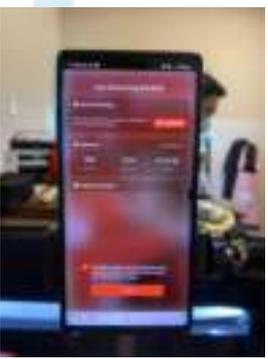
Saat melakukan *live streaming* menggunakan akun Instagram, Tiktok dan Shopee para host mendapatkan *briefing* dari tim produk apa yang akan dipromosikan pada bulan november.



Gambar 3.4 *briefing* produk

Sumber: Olahan data penulis, 2023

Para host yang sudah mendapatkan list produk saat *briefing* akan melanjutkan tugasnya untuk mempromosikan kepada penonton. Host akan terus memberikan informasi mengenai promo apa saja yang sedang berjalan, untuk melakukan transaksi bisa langsung ke Customer Service melalui Whatsapp atau jika *live* menggunakan *e-commerce* shopee bisa langsung *check out* di saat *live* dikarenakan mendapatkan promo yang berbeda seperti akan mendapatkan gratis ongkir, mendapatkan bonus koin dan jika *follow* akun shopee @watchstudioindonesia akan mendapatkan potongan voucher belanja. Saat melakukan *live* di akun Tiktok @watchstudioindonesia dan akun Instagram @watchstudioindonesia host juga melakukan hal yang sama dengan memberikan informasi yang sama dengan begitu para konsumen akan menjadi *aware* dengan produk jam tangan dari Watch Studio. Berikut hasil dari lampiran saat melakukan *live streaming*:

| Instagram | Tiktok | Shopee |
|---|--|---|
|  |  |  |

Tabel 3.6 Lampiran *Live Streaming*

Sumber: Olahan data penulis, 2023

3.4 Kendala

Kendala yang ditemukan saat melakukan praktik kerja magang di PT ELITE INTERNATIONAL adalah sebagai berikut :

1. Pasar yang semakin kompetitif dan keterbukaan informasi sehingga perlu adanya pengembangan pendekatan kepada konsumen
2. Koneksi yang diperlukan saat melakukan *live streaming* membutuhkan koneksi yang stabil
3. Kurangnya *briefing* dalam menjalankan pekerjaan
4. Penonton *live streaming* yang sangat rendah

3.5 Solusi

Dari kendala yang ditemukan ada beberapa solusi saat melakukan praktik kerja magang di PT ELITE INTERNATIONAL adalah sebagai berikut :

1. Membuat konten yang menarik di media sosial seperti membuat video reels yang lagi *viral* di Tiktok atau di Instagram yang membuat para konsumen menjadi lebih *awareness* dengan produk dan juga adanya interaksi dengan konsumen melalui kolom komentar
2. Perusahaan harus menyediakan ruangan dan koneksi khusus saat melakukan *live streaming*
3. Membuat group *whatsapp* agar lebih mudah memberikan informasi kepada tim dan melakukan meeting setiap minggu untuk memberikan *update* mengenai pekerjaan dari masing-masing tim.
4. Mempersiapkan kualitas yang baik seperti koneksi internet, tripod, pencahayaan yang baik. Produk yang ditampilkan harus menarik dan jelas. Memberikan informasi kepada viewers dengan semangat dan harus relevan.