

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama melakukan praktek kerja magang penulis ditempatkan di divisi media sosial dan di *supervise* oleh kepala divisi media sosial dan direktur secara langsung. Penulis juga ditugaskan untuk melakukan analisis *insight* hingga perancangan *editorial plan*.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Saat berlangsungnya dalam proses kerja magang selama 60 hari dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari tahap analisis *insight*, pembuatan *editorial plan*, hingga tahap eksekusi. Aktivitas tersebut tentunya membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *social media marketing*.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *social media specialist* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

| | |
|--------------------------------|--|
| Brainstorming | Proses pencarian ide dasar untuk konten-konten selanjutnya dengan tujuan untuk mencari ide kreatif. |
| Social Media Specialist | Proses dalam melakukan perencanaan strategi, dan konten digital dalam platform instagram agar tetap menarik. |
| Copywriting | Membuat <i>caption</i> untuk platform Instagram. |
| Kepanitiaan | Ikut serta dalam melakukan kegiatan <i>event</i> balap, dari perencanaan <i>event</i> , saat <i>event</i> dan setelah <i>event</i> . |

Tabel 3.1 Tugas Social Media Specialist

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

| No | Jenis pekerjaan | Uraian Pekerjaan | Bulan / Minggu ke - | | | | | | | | | | | | | | |
|----|--------------------------------|---|---------------------|-----------|---|---|---|---------|---|---|---|---|----------|---|---|--|--|
| | | | Agustus | September | | | | Oktober | | | | | November | | | | |
| | | | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | | |
| 1 | <i>Social Media Specialist</i> | <i>Analisis Insight</i> | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Copywriting | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Meminta persetujuan konten ke kepala divisi ataupun kepada direktur utama | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Kepanitiaian <i>Event</i> | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabel 3.2 Timeline Aktifitas Kerja Magang

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Social Media Specialist* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

a. Social Media Specialist

Social Media Specialist merupakan bagian dari *Digital Marketing*, dengan adanya hal tersebut *social media specialist* dibutuhkan di perusahaan otomotif untuk tetap meng-engage konsumen dari perusahaan tersebut. Proses pekerjaan *Social Media Specialist* dalam Banteng Motorsport ini hanya menggunakan platform Instagram, proses yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan perencanaan dalam membuat konten adalah sebagai berikut. Menurut Tuten & Solomon (2018), teknik dan strategi *social media marketing* akan efektif jika dapat menjangkau organisasi pelanggan yang dituju. Oleh karena itu ada beberapa tahapan yang penulis lakukan dalam membuat konten.

- Perencanaan

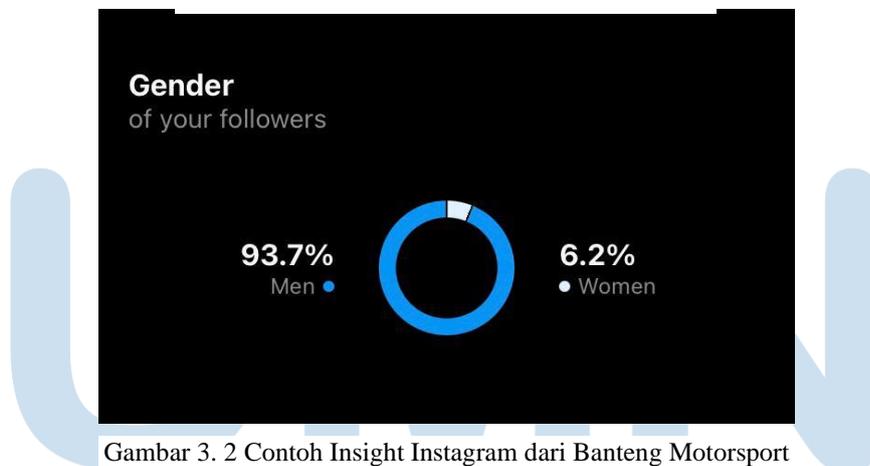
Dalam tahap perencanaan membuat konten, penulis melakukan beberapa tahapan dari melakukan riset konsumen dan membuat segmentasi pasar agar konten yang akan dirancang bisa sesuai dengan segmentasi pasar.

- o Analisis Insight

Analisis *Insight* yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk mengetahui psikografi demografi, dan biografi konsumen banteng motorsport.

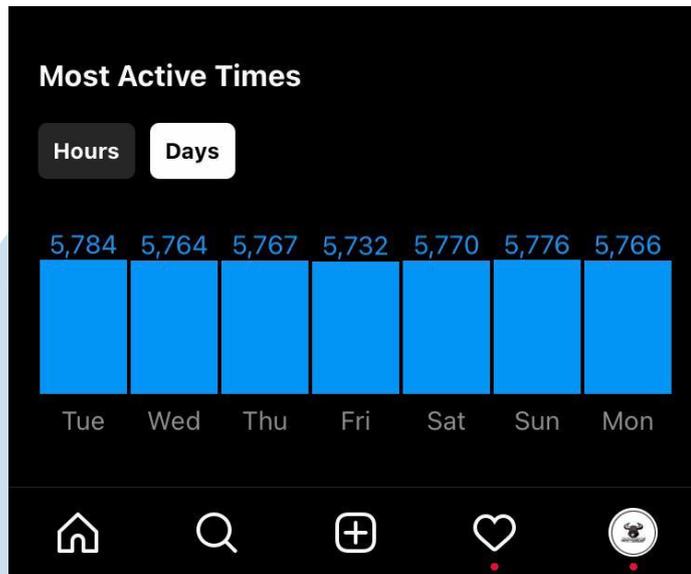


Gambar 3. 1 Contoh Insight Instagram dari Banteng Motorsport



Gambar 3. 2 Contoh Insight Instagram dari Banteng Motorsport

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



Gambar 3. 3 Contoh Insight Instagram dari Banteng Motorsport

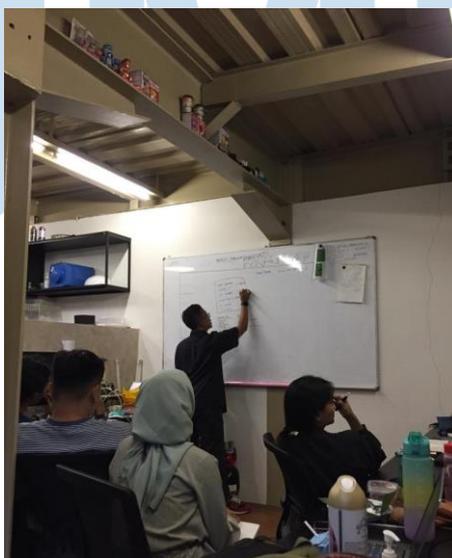


Gambar 3. 4 Contoh Insight Instagram dari Banteng Motorsport

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa konsumen dari Banteng Motorsport mayoritas berasal dari Indonesia terutama kota Jakarta, umur 25-34 tahun, dengan gender 93.7% laki-laki dan penggunaan paling aktif di *platform Instagram* pukul 6 sore, dan konsumen Banteng Motorsport hampir setiap hari menggunakan *platform Instagram*. Dengan ini peneliti bisa mengimplementasikan

analisis *insight* dengan konten yang akan dibuat seperti, *tone* bahasa dalam *copywriting* di *caption*, jenis konten yang akan di posting, dan jam berapa untuk bisa di posting. Penulis melakukan analisis *insight* setiap di minggu ke-4 setiap bulan dengan melakukan presentasi kepada direktur utama, dan kepala divisi sosial media mengenai adanya perkembangan dalam *followers*, *likes*, *engagement*, dan sebagainya. Dengan mengetahui pasar Banteng Motorsport, penulis dapat menentukan segmentasi pasar yang akan menjadi atau sudah jadi konsumen dari Banteng Motorsport. Dengan mengetahui beberapa segmentasi ini penulis dapat mengimplementasikan konten sesuai karakteristik pelanggan, seperti geografis, demografis, dan psikografis. Hal terpenting dalam melakukan B2C (business-to-consumer) pemasaran, memahami konsumen yang dituju akan sangat mempengaruhi efektifitas strategi dari strategi *Social Media Marketing*. (Tuten & Solomon, 2018).

Setelah mendapatkan hasil riset dari analisis *insight* penulis melakukan proses diskusi dengan seluruh divisi *social media* hingga direktur dalam mencari ide kreatif yang menyesuaikan konsumen Bateng Motorsport dari proses analisis *insight* untuk konten-konten yang akan di eksekusi. Kegiatan *brainstorm* ini dilakukan seluruh



Gambar 3. 5 Kegiatan *Brainstorming*

tim, untuk mencari solusi hingga ide, mencari cara pengimplementasian dari tahapan analisis *insight*. Metode *brainstorming* adalah metode suatu kelompok untuk mendapatkan banyak ide, dan solusi. (Hisrich et al., 2008). Proses diskusi ini tidak selalu dipimpin oleh direktur atau ketua divisi namun setiap kegiatan *brainstorm* ini diputar agar dari setiap anggota maupun *intern* dapat berkembang untuk memimpin suatu diskusi.

- o Perancangan *Editorial Plan*

Setelah penulis melakukan kegiatan *Brainstorm* penulis dan anggota divisi sosial media merancang *editorial plan*, yang bertujuan untuk membuat *guideline* kepada tim produksi tentang konten yang akan dibuat. Saat melakukan perancangan *editorial plan* penulis dan tim sosial media Banteng Motorsport mulai menyesuaikan bahasa yang dipakai, tipe konten yang akan digunakan, berdasarkan hasil dari tahapan sebelum-sebelumnya yaitu analisis *insight*. Tentunya di proses ini penulis menggunakan pendekatan AIDCA agar tetap bisa mengimplementasikan hasil bahasan *brainstorming* dan analisis *insight*. *Copywriting* menurut Albrighton, adalah optimalisasi penggunaan bahasa dengan tujuan promosi (Albrighton, 2013). AIDCA itu terdiri dari *Attention-Interest-Desire-Conviction-Action*.

Jumaat 19 Agustus 2022



| Agustus 2022 | |
|---|----------------------|
| TANGGAL : 19 (Rabu) | Content : Informatif |
| TYPE : IGFEEDS Static | Event |
| <p>JakOne Mobile <u>Mini4WD</u> is back again!</p> <p>JakOne Mobile <u>MINI4WD</u> National Championship 2022 ROUND 3</p> <p>IMI Side Damper Class Regulation https://drive.google.com/file/d/1gzwwlpm-wEkY2MrwDISYk9qBVmmlLQ5k/view?usp=sharing</p> <p>26, 27 & 28 August 2022 at BLOK M Mall Lt Atas (Bosku Garage)</p> | |

Gambar 3. 6 Contoh Editorial Plan

Berikut contoh metode AIDCA yang penulis lakukan dalam perancangan *editorial plan*.

1. Attention

Dalam proses ini penulis merancang *headline* yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen. *Headline* yang penulis tentukan adalah “*JackOne* Mobile Mini4WD is back again!”

2. Interest

Penulis menentukan *Interest* bertujuan untuk mendeskripsikan produk atau jasa disertakan informasi yang dapat memicu ketertarikan audiens. Karena lokasi diselenggarakan *event* mudah di jangkau dengan menggunakan transportasi umum penulis menentukan “@Blok M Mall, Jakarta 26-28 Agustus 2022.” Didalam desain sebagai *Interest* dalam konten ini.

3. Desire

Pada tahapan *desire* penulis menggunakan kata-kata “Total Hadiah 80 Juta Rupiah” agar menimbulkan hasrat dari audiens untuk mengikuti *event* tersebut.

4. Conviction

Tahapan *conviction* penulis menjamin kualitas produk atau jasa penulis menentukan *conviction* dengan memasukan logo IMI di dalam desain.

5. Action

Action yang digunakan oleh penulis untuk menarik audiens agar mengikuti *event* ini dengan mencantumkan nomor pendaftaran dan informasi pendaftaran.

Setelah melakukan perancangan *editorial plan* penulis mendiskusikan dengan direktur dan kepala divisi sosial media dan meminta *approval* dari kepala divisi dan direktur dari Banteng Motorsport secara langsung.

Rabu 26 October 2022



Agustus 2022

TANGGAL : 26 (Rabu) Content : Informatif

TYPE : IGFEEDS Static Pre Event

To all Mini 4WD enthusiasts. 🇮🇩

2 days left to LOCTITE Mini 4WD National Championship final round!!

register your team now!

Hashtag : #finalround #mini4WD #BantengMotorsport #Kejurnas

Gambar 3. 7 Contoh Editorial Plan

Senin 12 September 2022



Agustus 2022

TANGGAL : 12 (Rabu) Content : Informatif

TYPE : IGFEEDS Static Tips & Trick

Hal pertama yang harus selalu diingat ketika kunci mobil tertinggal di kabin mobil adalah jangan panik. Sebab, Anda masih perlu berpikir mencari cara agar pintu mobil bisa dibuka dari luar.

Dengan panik, masalah yang seharusnya bisa terselesaikan dalam hitungan menit dengan baik bisa menjadi berjam-jam dengan hasil yang kurang baik.

Ada beberapa cara untuk mengatasi hal tersebut, disesuaikan dengan tipe mobil dan konstruksinya.

Hashtag : BantengMotorsport

Gambar 3. 6 Contoh Editorial Plan

N U S A N T A R A

3.2.3 Kendala Utama

Selama menjalani kerja magang selama 60 hari sebagai *social media specialist* di Banteng Motorsport, penulis mendapat banyak sekali pengalaman yang berharga terutama di bidang *social media* dan otomotif. Namun penulis juga menemukan beberapa kendala selama menjalani praktek kerja magang, yaitu:

- Kurangnya sumber daya manusia seperti *SEO Specialist* agar dapat memberikan *keyword* dalam membuat *caption*.
- Kurangnya informasi yang didapatkan penulis untuk kompetitor perusahaan.
- Perusahaan kurang memaksimalkan media sosial lainnya sebagai *platform* pemasaran.

3.2.4 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dari tiga kendala yang dipaparkan di atas, penulis menemukan tiga solusi untuk penulis, perusahaan maupun universitas.

- Penulis berinisiatif dalam melakukan riset SEO agar mendapatkan *keyword* yang akan digunakan didalam *caption*.
- Penulis berinisiatif dalam melakukan riset untuk kompetitor agar dapat mempunyai referensi dalam hal merancang konten.
- Penulis berinisiatif membuat perencanaan dalam menggunakan *platform* media sosial lainnya seperti, tik-tok, facebook, dan youtube.

U M M N
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