

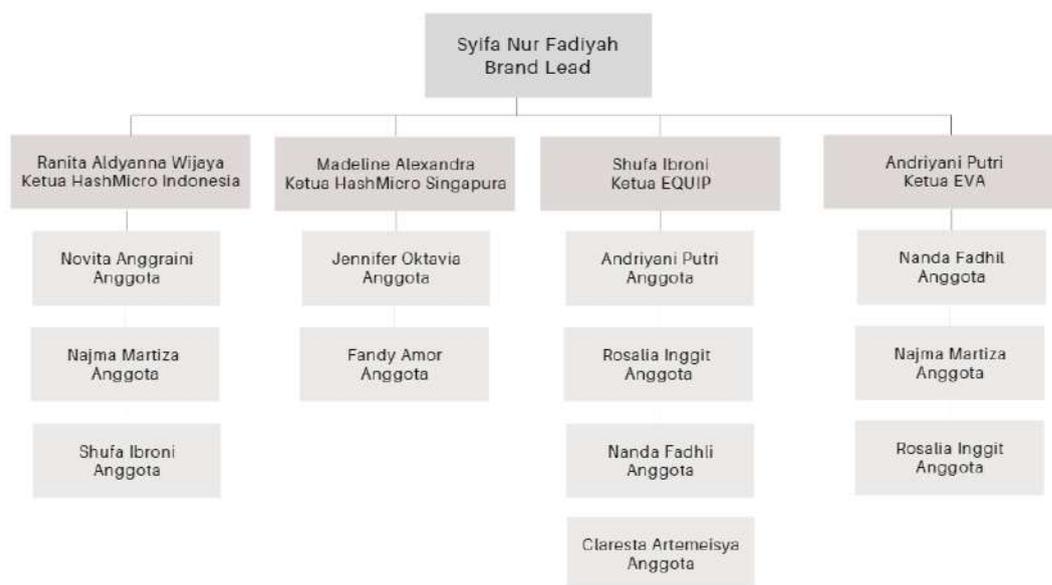
## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

##### 3.1.1 Kedudukan

#### STRUKTUR DIVISI SOCIAL MEDIA SPECIALIST



**Gambar 3.1 Struktur Divisi *Social Media Specialist***

Selama masa program magang berlangsung di PT. Hashmicro Solusi Indonesia, penulis bergabung ke dalam salah satu bagian dari divisi *Digital Marketing*, yakni sebagai *Social Media Specialist*. Penulis dibimbing langsung oleh *Brand Lead* yaitu Syifa Nur Fadiyah di PT. Hashmicro Solusi Indonesia.

Secara keseluruhan, divisi *Digital Marketing* PT. Hashmicro Solusi Indonesia memiliki ruang lingkup yang terdiri dari *Advertiser, CRM & Business Analyst, Partnership & Development Business, Management Representative, Creative Promotion, Content Writer, SEO Specialist, Social Media Specialist,*

*Design Graphic, Front End Developer, UI/UX Designer, Public Relation, Affiliate & Brand Partnership, Email Marketing.*

### 3.1.2 Koordinasi

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab selama program kerja magang sebagai *social media specialist* di PT. Hashmicro Solusi Indonesia, penulis secara langsung berkoordinasi dan bekerjasama dengan Kakak Syifa Nur Fadiyah selaku *Brand Lead* dan divisi *Graphic Design* untuk melakukan pembuatan desain pada konten yang akan di *posting*.

Pada divisi *Social Media Specialist*, penting untuk melakukan diskusi dan bertukar pikiran untuk mencapai tujuan yang seharusnya. Peran dan tugas masing-masing setiap anggota memang berbeda, namun selalu terbuka apabila ada masukan atau saran selama pekerjaan dilakukan. Hal ini terjadi karena, Kakak Syifa Nur Fadiyah menginginkan anggota yang aktif dan mempunyai inisiatif saat bekerja. Tentunya, dengan adanya dua divisi yang bekerja sama maka cara berkomunikasi dan pertukaran pendapat harus dilakukan dengan lancar.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan program kerja magang, penulis diberikan beberapa tanggung jawab untuk melakukan tugas utama dan tugas tambahan. Tugas utama yang dilakukan oleh penulis selama program magang berlangsung akan dirangkum pada Tabel 3.1.

**Tabel 3.1 Tugas Utama Penulis**

<b>Tugas</b>	<b>Jenis Pekerjaan</b>	<b>Tujuan</b>	<b>Koordinator</b>	<b>Durasi</b>	<b>Hasil/Output</b>
Media Sosial	1 <i>Research and Planning</i>	Mengetahui dan melakukan perbandingan	Kakak Syifa Nur Fadiyah ( <i>Brand Lead</i> )	1 Februari 2022 - 30 Juni	Melakukan produksi konten selama

Tugas	Jenis Pekerjaan	Tujuan	Koordinator	Durasi	Hasil/Output	
		terkait aktivitas sosial media kompetitor yang serupa.		2022	program magang berlangsung.	
		Melakukan persiapan rencana untuk aktivitas sosial media selanjutnya.			Bertukar pikiran dengan sesama anggota divisi untuk pembuatan <i>copywriting</i> setiap minggu pada <i>editorial board</i> .	
		Mencari tahu ketentuan tagar yang tepat untuk setiap konten yang dibuat.			Menemukan beberapa tagar yang sesuai dengan ketentuan yang ada.	
		Menganalisis setiap konten yang tepat untuk berbagai <i>platform</i> seperti Instagram, LinkedIn, Facebook, dan TikTok.			Membuat konten yang sesuai dengan <i>branding</i> HashMicro tetapi dengan referensi yang serupa.	
	2	<i>Social Media Activities</i>	Mengunggah konten setiap minggunya (jumlah post disesuaikan dengan	Kakak Syifa Nur Fadiyah ( <i>Brand Lead</i> )	1 Februari 2022 - 30 Juni 2022	Mengunggah 5-12 konten setiap minggu dan 1-3 konten per hari di <i>feeds</i> ,

Tugas	Jenis Pekerjaan	Tujuan	Koordinator	Durasi	Hasil/Output
		permintaan <i>Head of Digital Marketing</i> .			serta minimal 1 <i>story</i> per hari di Instagram.
		Membalas pesan ( <i>direct message</i> ) yang masuk.			Membalas minimal 2 pesan masuk ( <i>direct message</i> ) setiap harinya.
		Memantau jumlah pengikut ( <i>followers</i> ) setiap minggunya pada akun Instagram.			Membuat <i>report</i> mingguan dengan minimal 40 jumlah pengikut baru per minggunya di akun Instagram HashMicro
		Mengunggah konten yang berhubungan dengan HashMicro, misalnya <i>webinar</i> kampus yang melibatkan karyawan HashMicro.			Mengunggah minimal 1 <i>feeds</i> dan 1 <i>story</i> di Instagram HashMicro.
	3 <i>Raw Contents Production</i>	Membuat <i>copy</i> yang sesuai dengan <i>campaign</i> yang akan	Kakak Syifa Nur Fadiyah ( <i>Brand Lead</i> )	1 Februari 2022 - 30 Juni 2022	Pencarian bahan pada berbagai situs dan sumber untuk ide

Tugas	Jenis Pekerjaan	Tujuan	Koordinator	Durasi	Hasil/Output
		dibawakan.			konten, serta <i>posting</i> konten hari raya setiap bulannya.
		Membuat konsep desain yang akan diserahkan kepada divisi <i>graphic design</i> .			Konten yang telah diunggah di akun Instagram HashMicro.
		Mengunggah konten yang sudah jadi ke akun media sosial.			Mengunggah minimal 1 konten <i>feeds</i> di Instagram HashMicro.
	4 <i>Social Media Reporting</i>	Mengetahui performa ( <i>engagement</i> ) media sosial dilihat dari segi konten yang diproduksi.	Kakak Syifa Nur Fadiyah ( <i>Brand Lead</i> )	1 Februari 2022 - 30 Juni 2022	Laporan <i>report</i> dibuat 1 kali dalam seminggu yang berupa presentasi tentang <i>engagement, reach, followers, interactions</i> , dan lainnya.
		Membuat laporan terkait jumlah <i>leads</i> yang masuk dari <i>direct message</i> di Instagram.			Laporan di <i>google sheets</i> untuk jumlah <i>leads</i> yang masuk melalui <i>direct message</i> minimal 1 pesan setiap minggunya.

**Tabel 3.2 Tugas Tambahan Penulis**

<b>Nama Pekerja</b>	<b>Jenis Pekerjaan</b>	<b>Tujuan</b>	<b>Koordinator</b>	<b>Durasi</b>	<b>Hasil/Output</b>
Editor Assistant	Editor Assistant	Melatih kemampuan dan membantu mentor untuk <i>me-review copy</i> untuk konten media sosial.	Kakak Syifa Nur Fadiyah ( <i>Brand Lead</i> )	1 Februari 2022 - 30 Juni 2022	Revisi pada <i>copy</i> yang telah dibuat sebelum diberikan kepada divisi <i>graphic design</i> dan <i>review</i> konten setelah di desain sebelum diunggah ke media sosial.
		Melatih kemampuan untuk memilih konten yang tepat untuk media sosial.			Konten yang telah diunggah di media sosial hasil dari penyaringan ide yang sesuai dengan karakteristik dari HashMicro.
Car Branding	Copy Car Branding	Melatih kemampuan untuk membuat kalimat yang tepat untuk iklan yang terdapat di mobil.	Kakak Syifa Nur Fadiyah ( <i>Brand Lead</i> )	1 Februari 2022 - 30 Juni 2022	<i>Copywriting</i> pada bagian kanan, kiri, dan belakang mobil.
		Memahami proses pembuatan			Surat perjanjian untuk

Nama Pekerjaan	Jenis Pekerjaan	Tujuan	Koordinator	Durasi	Hasil/Output
		<i>car branding</i> dari awal hingga selesai.			diserahkan kepada mitra dan proses pemasangan stiker pada mobil mitra.
Project Shooting Inventory	Ketua Proyek, <i>Copywriting</i> Mock-Up, dan Pop-Up	- Melatih kemampuan untuk bertanggung jawab dalam proyek perusahaan serta turut berkoordinasi dengan divisi <i>graphic design</i> dan <i>talent shooting</i> .	Kakak Syifa Nur Fadiyah ( <i>Brand Lead</i> )	1 Februari 2022 - 30 Juni 2022	Memastikan koordinasi antara divisi <i>graphic design</i> dan <i>social media</i> untuk melakukan survei berjalan dengan lancar dan <i>script shooting</i> berjalan sesuai rencana.
		Melatih kemampuan untuk membuat <i>copy mock-up</i> dan <i>pop-up</i> pada video.			Kata-kata dan gambar yang akan dimunculkan pada video.
Kampus Merdeka Batch 2	<i>Copywriting</i> Proyek Video	Memahami proses dalam pembuatan <i>copywriting</i> untuk <i>subtitle</i> video perkenalan.	Kakak Syifa Nur Fadiyah ( <i>Brand Lead</i> )	1 Februari 2022 - 30 Juni 2022	<i>Copywriting</i> untuk <i>subtitle</i> di video Kampus Merdeka Batch 2

Nama Pekerjaan	Jenis Pekerjaan	Tujuan	Koordinator	Durasi	Hasil/Output
Kampus Merdeka Batch 3	Social Media	Memahami proses dalam pembuatan <i>caption</i> dan <i>copy</i> untuk beberapa konten <i>Hiring</i> Kampus Merdeka Batch 3.	Kakak Syifa Nur Fadiyah ( <i>Brand Lead</i> )	1 Februari 2022 - 30 Juni 2022	Unggahan minimal 1 konten mengenai Kampus Merdeka Batch 3 baik di Instagram <i>feeds</i> , <i>story</i> , dan LinkedIn.

### 3.3 Uraian Kerja Magang

Pada pemaparan sebelumnya, selama program kerja magang berlangsung penulis dipercaya untuk melaksanakan beberapa tanggung jawab yang berkaitan dengan media sosial dan beberapa proyek lainnya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Menurut Gunelius (2011) *social media marketing* adalah kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bertujuan untuk membangun awareness, recognition, recall dan action pada berbagai entitas (organisasi, orang, dan lain sebagainya), dengan memanfaatkan media sosial.

Media sosial merupakan salah satu sarana yang paling penting bagi perusahaan masa kini, terlebih lagi banyak *leads* yang masuk akibat bantuan dari konten dan promosi yang ada di media sosial. Media sosial merupakan sarana komunikasi, penyampaian, kolaborasi, dan pengembangan online di antara jaringan orang, komunitas, dan organisasi yang saling berhubungan dan saling bergantung yang ditingkatkan oleh kemampuan dan mobilitas teknologi (Tuten & Solomon, 2018). HashMicro menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi seputar produk dan menjadikan wadah untuk menjangkau pasar yang

lebih luas khususnya di Indonesia. Media sosial yang digunakan oleh HashMicro dan menjadi fokus utama antara lain Instagram (dengan nama akun @hashmicro), Facebook (dengan nama akun HashMicro), LinkedIn (dengan nama akun HashMicro), serta TikTok (dengan nama akun @hashmicro).

### 3.4 Proses Pelaksanaan

Berdasarkan tugas-tugas yang telah dirangkum pada Tabel 3.1, dapat disimpulkan bahwa penulis memiliki tugas utama untuk memegang akun media sosial milik PT. HashMicro Solusi Indonesia. Tugas utama tersebut mempunyai proses pelaksanaan yang dapat diuraikan sebagai berikut:

#### 1. *Research and Planning*

Perencanaan konten media sosial dilakukan dengan cara penulis melakukan riset dengan membandingkan berbagai referensi dari sumber inspirasi dan konten serupa untuk diunggah pada media sosial setiap harinya. Konten yang dimaksud dari segi *copywriting*, teknik penulisan yang digunakan, deskripsi konten, desain, dan konsep video/foto.

Hal pertama yang dilakukan, penulis melakukan *scrolling* pada media sosial yang menjadi sumber inspirasi. Kemudian, penulis akan melakukan *benchmarking* pada beberapa kompetitor serupa. *Benchmarking* tersebut dilakukan berdasarkan promosi yang sedang berlangsung, upaya pemasaran yang sedang diadakan, konsep visualisasi, dan cara untuk melakukan *hard selling* atau *soft selling* yang baik dan benar. Pemilihan *benchmarking* ini tentunya berdasarkan kesamaan target pasar yang sama dengan HashMicro. Berikut merupakan beberapa kompetitor HashMicro:

- System Ever ID (penyedia *software* ERP yang mengusung konsep *colorful* dan *product oriented* pada akun Instagramnya).
- Zoho Indonesia (penyedia *software* ERP yang mengusung konsep *hard selling* dan tips karir dengan konten yang menggunakan warna-warna *pastel* pada akun Instagramnya).

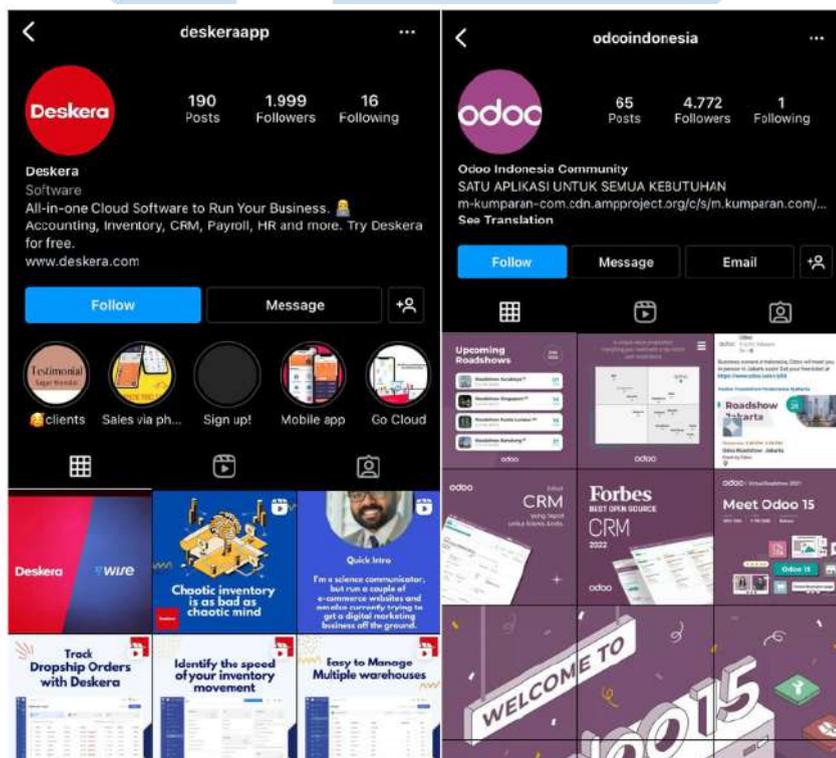
- Deskera App (penyedia *software* ERP yang mengusung konsep *hard selling* dengan menampilkan produk yang ditawarkan pada akun Instagramnya).
- Odoo Indonesia (penyedia *software* ERP yang minimalis dan kurang menjual tentang produknya).

**Tabel 3.3 Perbandingan Jumlah Pengikut Akun Instagram**

<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Lokasi</b>	<b>Akun Instagram</b>	<b>Jumlah Pengikut</b>
HashMicro	Indonesia	@hashmicro	69.387
System Ever	Indonesia	@systemeverid	509
Zoho	Indonesia	@zohoindonesia	78
Deskera	Indonesia	@deskeraapp	1.999
Odoo	Indonesia	@odooindonesia	4.772

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.2 Profil Akun Instagram Kompetitor HashMicro

Penulis juga mencari beberapa inspirasi konten dari berbagai media sosial seperti Life at Gojek, Teman Startup, dan lainnya. Selain itu, penulis juga akan melakukan penyesuaian dan menjadikan inspirasi tersebut sebagai ide dan konten baru. Ide tersebut dikumpulkan dan disusun menjadi sebuah rencana konten untuk waktu tertentu.

Najma/Sh anice/Ahdi	26/06	<p>Topik: Should <b>employee</b> more time working hard or rest? (Haruskah karyawan lebih banyak waktu bekerja keras atau istirahat?)</p> <p>Slide 1: (Judul) Karyawan Harusnya &gt; = &lt; Waktu Bekerja atau Istirahat?</p>	<p>Plus minus dari adanya peraturan Hak Cuti Karyawan Trus, kapan karyawan bisa istirahat? <a href="#">EISS</a>, setiap karyawan memiliki jatah untuk istirahat.</p> <p>(Referensi judul 2) &lt; : Gapapa Kali Kerja Terus, yang Penting Gaji Mulus! &lt; : Mending Banyak Istirahat, Kerja Jadi Lebih Produktif.</p>
------------------------	-------	---	---

	<p>(Referensi Design)</p>  <p>Slide 2: Kerja <i>non-stop</i> itu gak baik! Tapi, kalo kebanyakan istirahat juga gak bagus, loh! Terus, karyawan harus gimana?</p> <p>(Referensi Design)</p> 	<p>Waduh, yang Benar Mana Nih? Apa Sebaiknya Seimbang?</p>
--	---	--

# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

	<p>(Referensi Design)</p>  <p><b>Slide 2:</b>          Kerja <i>non-stop</i> itu gak baik!          Tapi, kalo kebanyakan istirahat juga gek bagus, loh!          Terus, karyawan harus gimana?</p> <p>(Referensi Design)</p>  <p>(bisa dibuat kyk design di atas ada 2 orang yg debat, trus nanti dibawahnya 2 orang debat ada 1 orang yg kyk bingung gitu 'trus karyawan harus gimana?' // tp bisa juga gak dalam bentuk percakapan, tambahn elemen 'non-stop' dan ', bisa kyk peringatan tp tetap harus kyk orang bingung.)</p>	<p>Waduh, yang Benar Mana Nih? Apa Sebaiknya Seimbang?</p>
--	--	--

Gambar 3.3 Content Planning

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA



MEI

**Fight your fear of technology & transform now**

Week 1 2 - 8 Mei											Waktu Post
Publish Date	Format	Segments	Channel	Author	Designer		Topics / Title	Reference	Status	Link Design	
2	Feed&Story	Announcement	Instagram	Novita	Shanice	Putih	Hari Raya Idul Fitri		To Post	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1CYEN8a170-uj3DsKr3x0Gwc4bYth8kk-2usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1CYEN8a170-uj3DsKr3x0Gwc4bYth8kk-2usp=sharing</a>	09.00 WIB
	Story	Chill	Instagram	Novita	Ahdi		This or that eid mubarak edition 2022	<a href="https://id.pinterest.com/pin/14059681960535329/">https://id.pinterest.com/pin/14059681960535329/</a>	To Post	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1dh7apPn19DcSnGsYGVaGtSFQgIEkCC0z?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1dh7apPn19DcSnGsYGVaGtSFQgIEkCC0z?usp=sharing</a>	12.00 WIB
3	Reels	Chill	Instagram	Novita	Billa		Topik: Saat Lebaran tapi masih ditelepon bos		To Post	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1gFlQhDmzUoNdNwUl-lapQTQ5arjU8U8r">https://drive.google.com/drive/folders/1gFlQhDmzUoNdNwUl-lapQTQ5arjU8U8r</a>	15.00 WIB
	Feed	Business Insight	Instagram	Ranita	Shanice	Putih	Type of boundary	<a href="https://blog.trello.com/boundaries-to-start-setting-with-your-team">https://blog.trello.com/boundaries-to-start-setting-with-your-team</a>	To Post	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/150Ann_8fziY1CoINKR0hqX7oy_BHJOW7usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/150Ann_8fziY1CoINKR0hqX7oy_BHJOW7usp=sharing</a>	18.00 WIB
4	Feed	Business Insight	Instagram	Shufa&Najma	Panji	Putih	ERP	<a href="https://pin.it/2es0LSy">https://pin.it/2es0LSy</a>	To Post	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1xwmyndCGSXf0iITOGK5HULkPILVBY-QAG?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1xwmyndCGSXf0iITOGK5HULkPILVBY-QAG?usp=sharing</a>	18.00 WIB
	Reels	Chill	Instagram	Novita	Billa		Tipe karyawan saat lebaran		To Post	<a href="https://drive.google.com/file/d/1nG-v3wd94tHMMbt23lL0qcDolel3d/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1nG-v3wd94tHMMbt23lL0qcDolel3d/view?usp=sharing</a>	15.00 WIB
5	Feed	Career Enhancement	Instagram	Ranita	Shanice	Putih	Sisi Positif ketika Kamu Melakukan Kesalahan	<a href="https://www.instagram.com/p/CcKj0nspww/?utm_source=ig_web_copy_link">https://www.instagram.com/p/CcKj0nspww/?utm_source=ig_web_copy_link</a>	To Post	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1pJ1MLIKELoA8Qr3l21Tv_dkYy-JkXr0m?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1pJ1MLIKELoA8Qr3l21Tv_dkYy-JkXr0m?usp=sharing</a>	15.00 WIB
	Feed	Business Insight	Instagram	Najma	Shanice	Merah	5 Hal yang Perlu Dilakukan Pebisnis Pasca Libur Lebaran	<a href="https://uangonline.com/5-hal-yang-perlu-dilakukan-pebisnis-pasca-libur-lebaran/">https://uangonline.com/5-hal-yang-perlu-dilakukan-pebisnis-pasca-libur-lebaran/</a>	To Post	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1JZ42CXmj6vW-bOh8-3p4qWlbt7TTvyp-7usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1JZ42CXmj6vW-bOh8-3p4qWlbt7TTvyp-7usp=sharing</a>	18.00 WIB
6	Feed	Let's Dive In	Instagram	Najma	Shanice	Biru	Membangun Networking saat Lebaran	<a href="https://www.jurnal.id/id/blog/tips-membangun-jaringan-bisnis-yang-kuat/">https://www.jurnal.id/id/blog/tips-membangun-jaringan-bisnis-yang-kuat/</a>	To Post	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1x2bGLhuUhb9F40mKPSVfKxmi3l0oGkSicG?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1x2bGLhuUhb9F40mKPSVfKxmi3l0oGkSicG?usp=sharing</a>	18.00 WIB

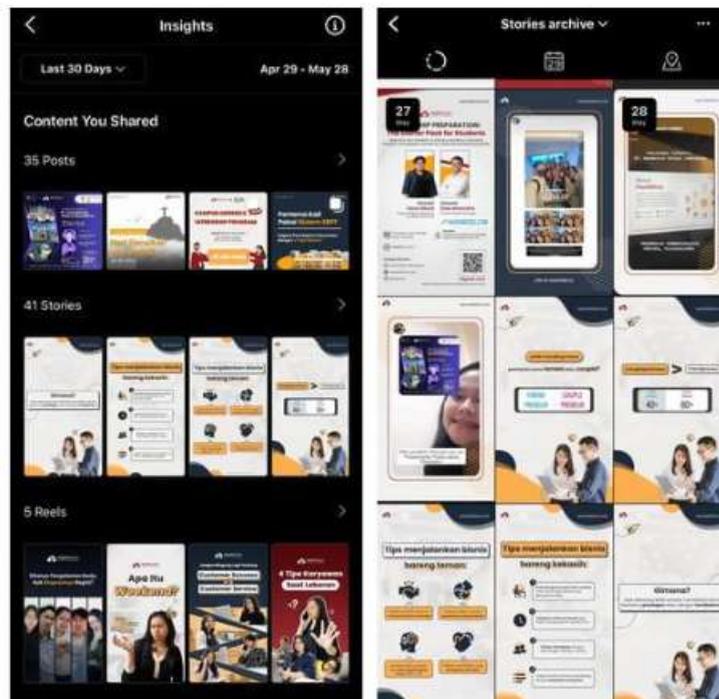
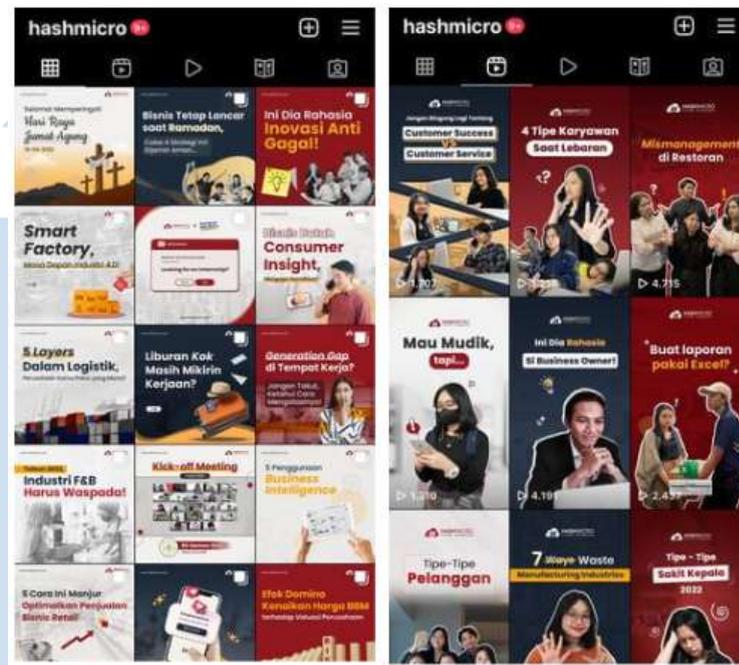
**Gambar 3.4 Editorial Board (Jadwal Unggah Konten Media Sosial)**



Perencanaan konten yang telah dijadwalkan akan dibuat *copywriting* dan juga diserahkan kepada *editor assistant*. Konten yang telah dicek kemudian akan diserahkan ke divisi *graphic design* untuk dibuat bentuk visual. Setelah konten tersebut sudah jadi maka akan diserahkan kepada Kakak Syifa Nur Fadiyah untuk di revisi dan mendapatkan masukan dari segi penulisan dan desain. Apabila konten sudah mendapatkan persetujuan dan tidak ada kesalahan kata atau penulisan maka konten tersebut akan diunggah di media sosial HashMicro sesuai jadwal yang telah ditentukan.

## 2. *Social Media Activities*

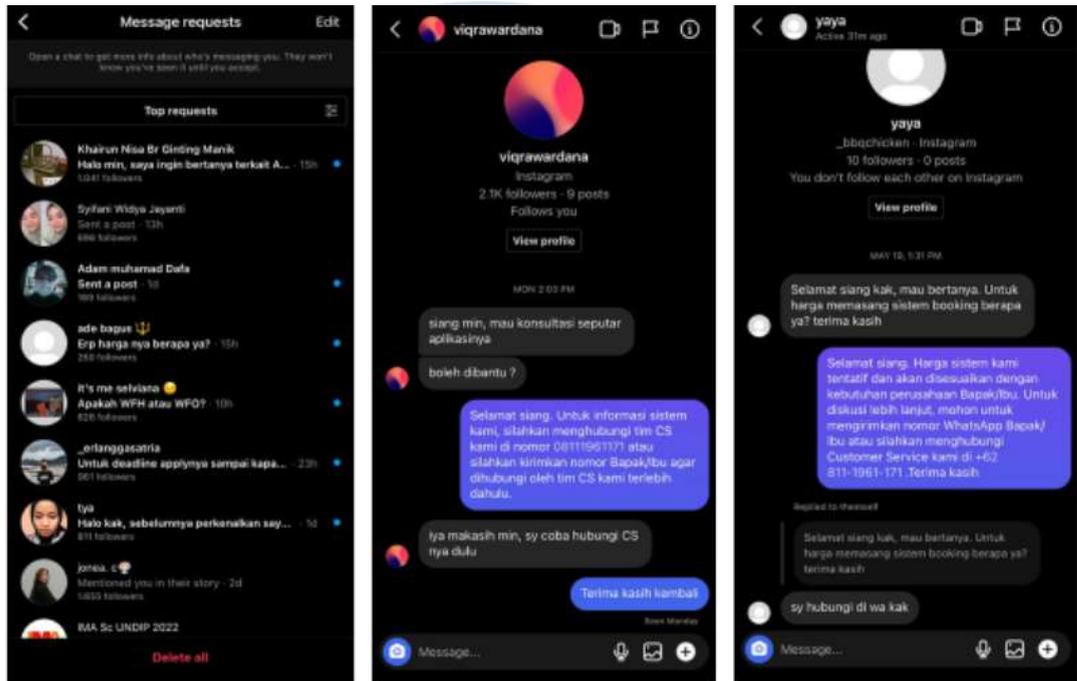
Selama program kerja magang, penulis dipercayakan untuk memegang seluruh akun media sosial dari HashMicro. Penulis berkesempatan untuk mengambil bagian menjadi *Social Media Specialist* milik HashMicro. Penulis mempunyai tugas yang secara langsung berkaitan dengan sosial media Instagram, kegiatan tersebut antara lain mengunggah konten, melakukan interaksi dengan pengikut di media sosial, dan melakukan pemantauan pada jumlah pengikut dan performa dari setiap konten yang dihasilkan.



Gambar 3.5 Konten yang Diunggah di Media Sosial

Setiap hari, penulis mengunggah konten di akun Instagram yang terintegrasi dengan akun Facebook milik HashMicro. Fasilitas “link” yang disediakan oleh pihak Instagram dan Facebook, memudahkan pengguna untuk mengunggah konten yang sama di kedua media sosial dengan waktu yang bersamaan. Setiap postingan *feeds* yang diunggah juga ditambahkan keterangan berupa “*Alt Text*” agar konten tersebut dapat muncul pada saat pengguna mencari profil HashMicro pada *web browser*. Penulis juga mengunggah konten pada *feeds* dan *story* Instagram serta Facebook, jumlah konten yang diunggah pada *feeds* Instagram sejumlah satu sampai tiga konten setiap harinya pada waktu yang berbeda-beda. Waktu tersebut ditentukan berdasarkan dari jumlah *engagement* yang paling banyak dan dapat dilihat pada fitur Instagram. Pada *story* Instagram, penulis unggah lebih dari satu konten setiap harinya. Konten tersebut berupa kegiatan *Life at HashMicro* (mengunggah kembali konten yang diunggah oleh karyawan HashMicro), konten promosi, *repost feeds* atau *reels*, konten hari raya, dan lainnya.

Selain itu, penulis juga rutin untuk membuat video *reels* yang akan diunggah di akun HashMicro. *Reels* ini terdiri dari berbagai macam tipe, misalnya tentang karyawan, produk, maupun konten santai biasa. Video tersebut dibuat dengan durasi kurang dari satu menit. Konten *reels* biasanya diunggah minimal satu kali dalam seminggu dengan target pengikut yang memutar video sejumlah seribu *views* per videonya.

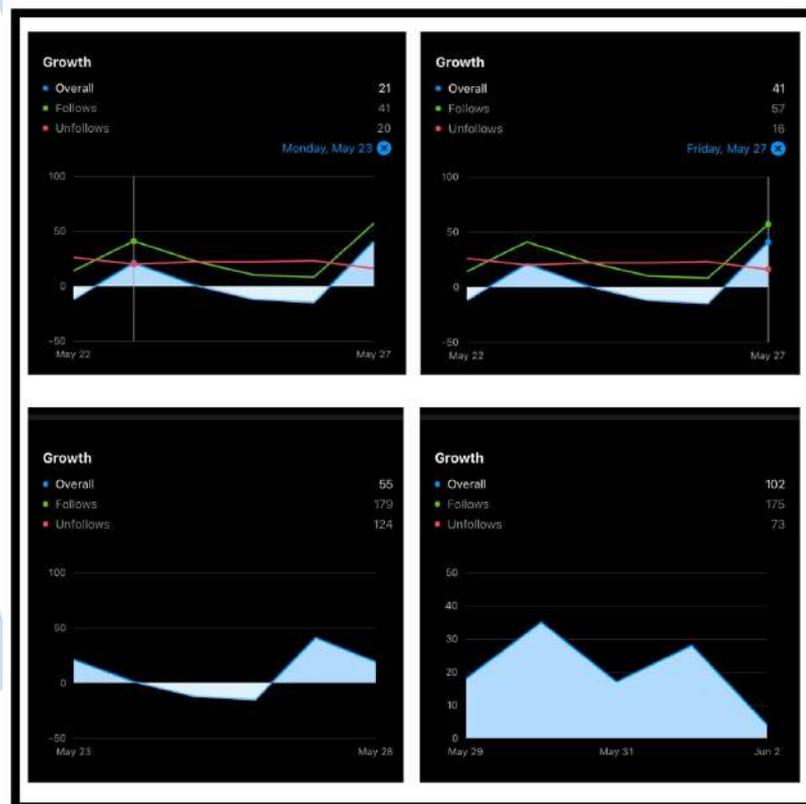


**Gambar 3.6 Penulis Membalas Pesan Masuk (*Direct Message*) di Instagram @hashmicro**

Penulis juga bertugas untuk membalas pesan-pesan yang masuk dari para pengikut di media sosial HashMicro. Jumlah pesan yang bervariasi setiap harinya, tidak ada jumlah yang pasti. Namun, biasanya lebih dari satu pesan masuk dan berupa pertanyaan terkait produk yang ditawarkan. Dengan mendapatkan tugas ini, penulis belajar bagaimana cara membalas pesan yang tepat untuk menghadapi, melayani, dan menjalin komunikasi dengan para pengikut yang berpotensi menjadi *leads*.

Report	2022	Feed							Stories			Leads DM
Date	Week	Posts Made	Total Follower	New Follower	Engagements	Engagement Rate	Reach	Posts that Made into Explore Page	Stories Made	Avg View	Actions Taken	Jumlah DM DW/minggu
Jan 2 - Jan 8	2	12	70.699	164	898	1,27%	8.901	4 (Detected in insight)		477	62	
Jan 9 - Jan 15	3	0	70.799	188	279	0,39%	0	0		794	42	
Jan 16 - Jan 22	4	6	70.865	110	415	0,59%	4.358	0 (Detected in insight)		302	22	
Jan 23 - Jan 29	5	9	70.559	59	629	0,89%	5.247	1 (Detected in insight)		205	42	
Jan 30 - Feb 5	6	6	70.504	140	856	1,23%	4.335	2 (Detected in insight)		481	202	
Feb 6 - Feb 12	7	7	70.416	72	641	0,91%	5.745	2 (Detected in insight)		354	23	
Feb 13 - Feb 19	8	9	70.351	90	555	0,79%	4.766	0 (Detected in insight)		408	37	
Feb 20 - Feb 26	9	4	70.253	72	595	0,85%	2.562	1 (Detected in insight)		440	61	
Feb 27 - Mar 5	10	5	70.189	71	598	0,85%	4.040	1 (Detected in insight)	5	379	53	
Mar 6 - Mar 12	11	7	70.090	64	580	0,83%	4.816	0 (Detected in insight)	3	553	36	2
Mar 13 - Mar 19	12	6	70.023	57	882	1,26%	4.135	0 (Detected in insight)	7	328	83	2
Mar 20 - Mar 27	13	12	69.948	63	739	1,13%	8.502	0 (Detected in insight)	7	467	72	2
Mar 28 - Apr 3	14	12	69.881	52	874	1,25%	7.992	0 (Detected in insight)	11	408	82	2
Apr 4 - 10 Apr	15	11	69.820	50	910	1,30%	6.850	1 (Detected in insight)	7	415	50	
Apr 11 - 17 Apr	16	11	69.739	48	852	1,22%	8.771	0 (Detected in insight)	8	472	62	
Apr 18 - 24 Apr	17	12	69.673	52	600	0,86%	5.895	0 (Detected in insight)	9	342	34	
Apr 25 - 1 May	18	13	69.513	40	942	1,36%	13.633	0 (Detected in insight)	9	423	57	
May 2 - 8 May	19	11	69.513	41	478	0,69%	3.394	0 (Detected in insight)	10	310	9	
May 9 - 15 May	20	12	69.445	41	454	0,65%	4.073	0 (Detected in insight)	5	351	31	
May 16 - 22 May	21	11	69.380	42	486	0,70%	7.150	2 (Detected in insight)	6	311	37	3
May 23 - 29 May	22	13	69.464	193	1.313	1,89%	6.930	0 (Detected in insight)	15	388	79	1
May 30 - 5 Jun	23	8	69.657	175	1.033	1,49%	10.325	0 (Detected in insight)	9	480	63	3

Gambar 3.7 Pencatatan Engagement Report Instagram @hashmicro Bulan Desember 2021 - Mei 2022



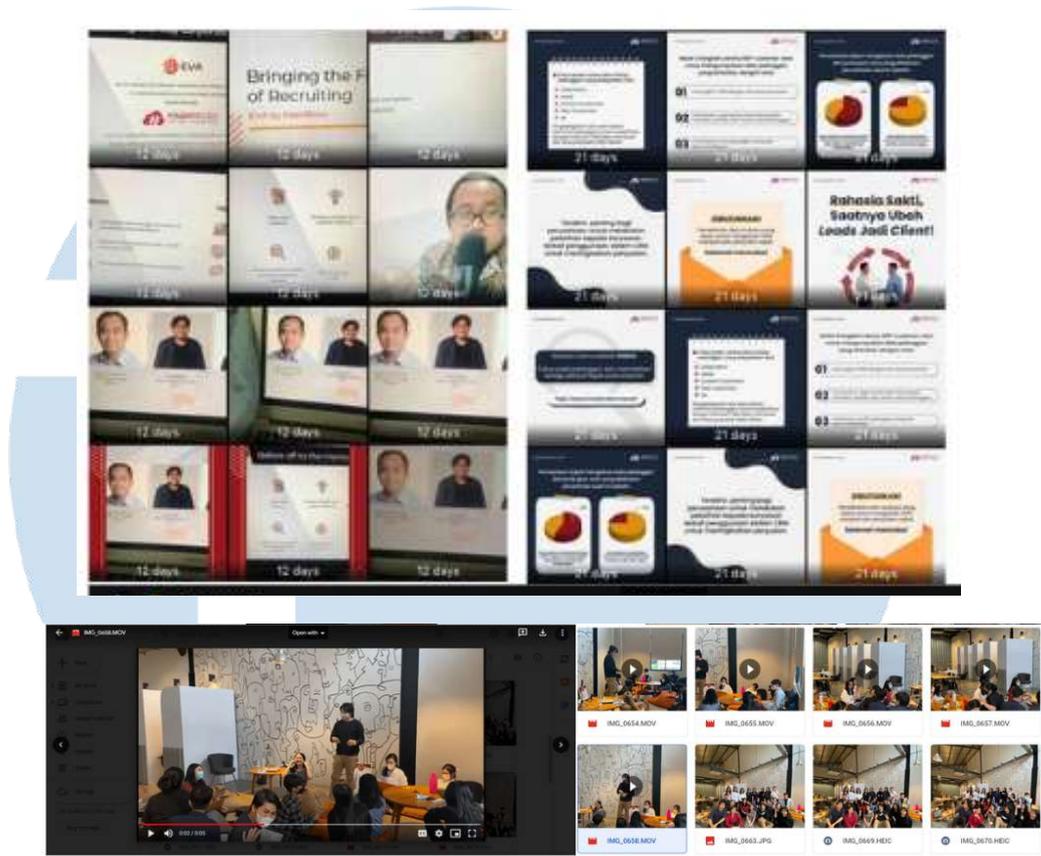
Gambar 3.8 Grafik Jumlah Peningkatan dan Penurunan Pengikut Instagram

Penulis melakukan pemantauan pada jumlah pengikut (*followers*) Instagram HashMicro setiap minggunya. Hasil pantauan tersebut kemudian dicatat dan dipresentasikan kepada mentor untuk mendapatkan *insight* atau saran. Penulis mendapatkan tugas menaikkan jumlah pengikut sebanyak 150 pengikut baru. Tugas tersebut berhasil dicapai dari jumlah pengikut 69.284 menjadi 69.463 dengan total jumlah pengikut baru adalah 179 pengikut. Tantangan lain yang didapatkan penulis akan konsistensi dalam mengunggah jumlah konten yang diinginkan dan juga menambah *engagement* para pengikut dari setiap konten yang dihasilkan. *Engagement* yang diharapkan berhasil tercapai berkat banyaknya konten yang dihasilkan baik berupa *feeds* maupun *reels*.

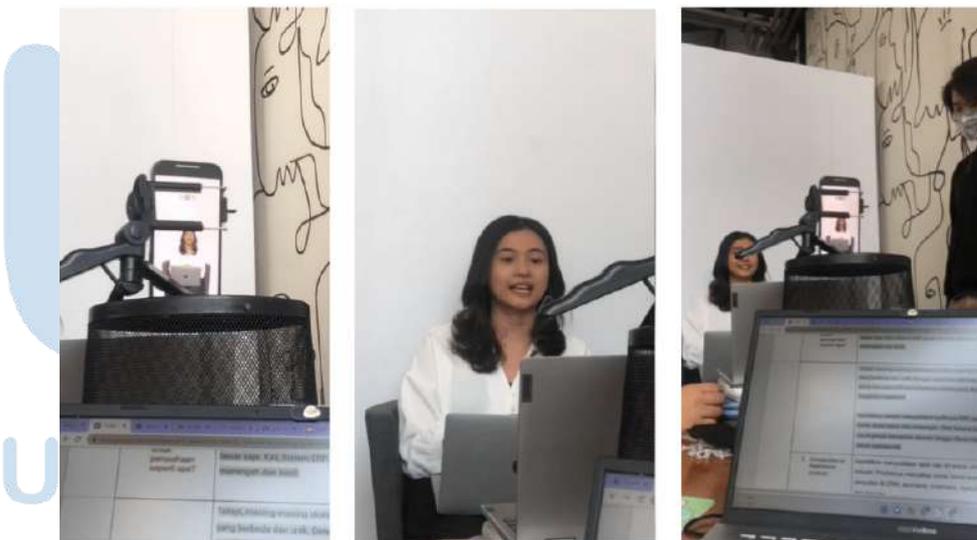
### 3. *Raw Content Production*

Konten yang sangat beragam di media sosial HashMicro merupakan hasil karya yang dibuat oleh divisi *Social Media Specialist* sendiri. Proses pembuatan konten terbagi menjadi dua, yaitu pembuatan konten yang melalui tahap perencanaan dan pembuatan konten yang tidak melalui proses perencanaan. Namun, selama program magang berlangsung penulis berkesempatan untuk terlibat langsung dalam kedua proses tersebut khususnya untuk Instagram HashMicro.





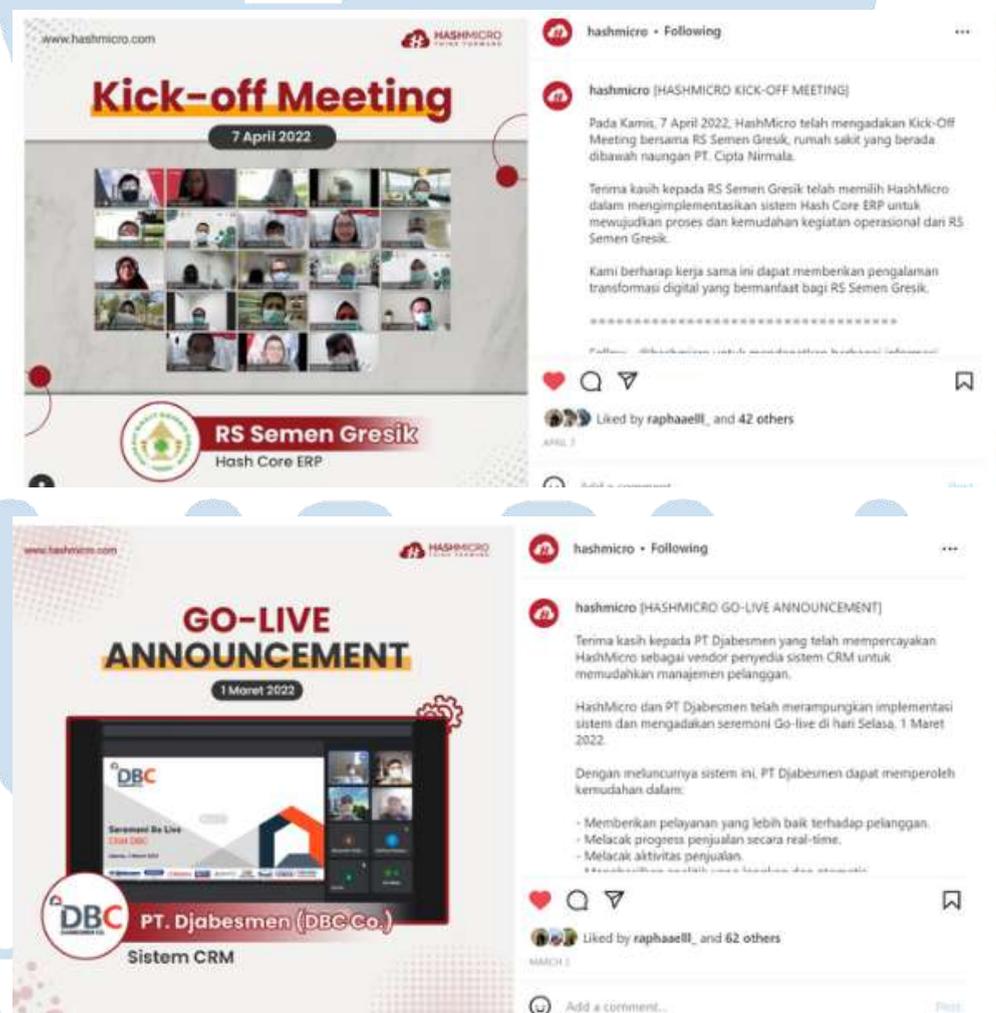
**Gambar 3.9 Raw Material untuk Produksi Konten**



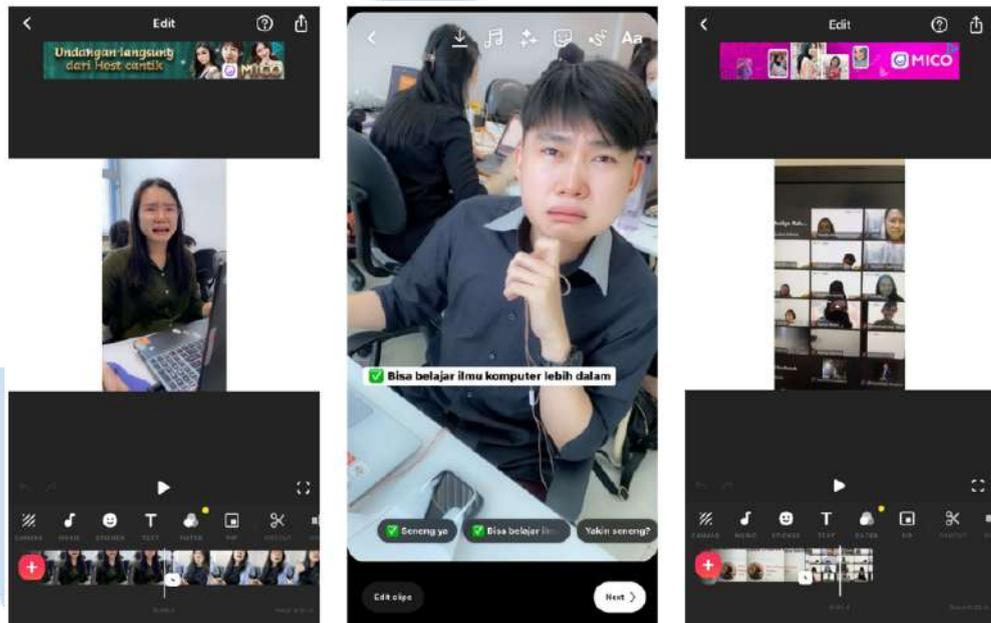
**Gambar 3.10 Proses Video Shooting**

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

Pembuatan konten yang melalui proses perencanaan adalah berbagai kegiatan produksi konten yang sudah melalui berbagai tahap pencarian ide, referensi, dan konsep dasar serta gambaran dari eksekusinya. Konten tersebut biasanya berupa konten produk *software* ERP, serta acara atau *webinar* yang diselenggarakan oleh HashMicro atau bekerja sama dengan HashMicro. Kemudian, konten yang tidak melalui proses perencanaan misalnya konten yang sifatnya impromptu dan berkaitan dengan hal eksternal, misalnya pengumuman tentang *Go-Live* atau *Kick-off Meeting* yang didapatkan dari divisi *Business Development*.



**Gambar 3.11 Konten yang Tidak Melalui Proses Perencanaan**



**Gambar 3.12** Proses Penyuntingan Konten *Reels*

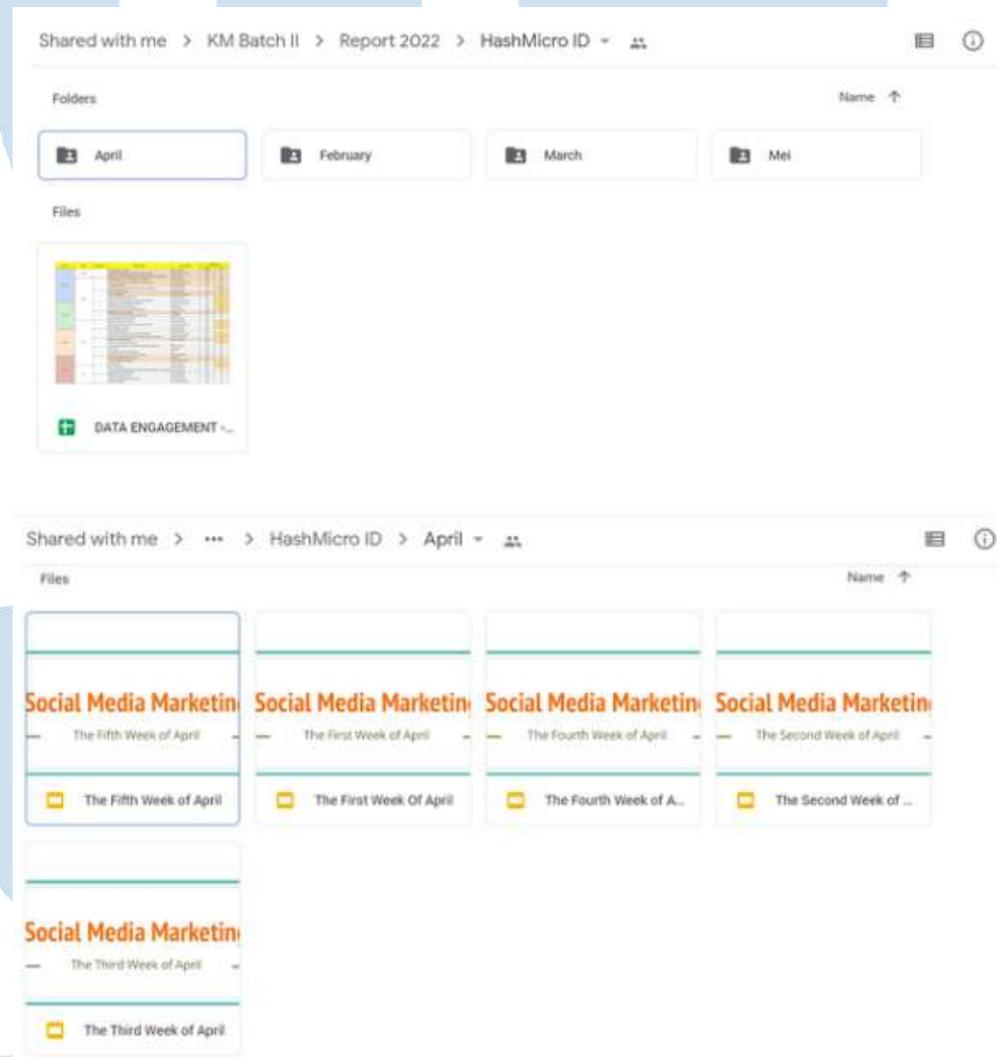
Setelah materi konten selesai, konten tersebut akan melewati proses penyuntingan dan *editing*. Dalam proses penyuntingan, membutuhkan beberapa program khusus. Untuk proses desain *feeds* dan *story* diatur oleh divisi *Graphic Design*, namun untuk video *reels* divisi *Social Media Specialist* melakukan proses *editing* dengan menggunakan aplikasi Inshot dan Instagram secara langsung. Penulis berkesempatan untuk terlibat dalam proses ini, agar penulis mengetahui bagaimana cara memproduksi konten yang baik dan benar untuk sebuah perusahaan. Beberapa hasil dari proses penyuntingan yang penulis kerjakan telah diunggah di media sosial HashMicro.

#### 4. *Social Media Reporting*

Tugas yang dikerjakan oleh penulis tidak hanya memantau jumlah pengikut, melainkan juga memantau kinerja media sosial, khususnya Instagram milik HashMicro. Media sosial yang dimiliki oleh HashMicro adalah *Instagram Business* (akun Instagram yang diaktifkan dengan tujuan akun untuk bisnis), dengan memanfaatkan fitur "*Insight*" maka kinerja

dari setiap konten yang telah dihasilkan tersebut dapat dipantau secara mudah.

Hasil pemantauan tersebut disusun dalam sebuah laporan mingguan yang disebut dengan “*Weekly Report Performance*”. Dalam pembuatan laporan ini, yang menjadi perhatian adalah jumlah *reach* (jumlah akun yang dicapai berdasarkan *followers* dan *non-followers*), *interactions* antara lain *likes* (konten disukai), *saves* (konten disimpan), *shares* (konten dibagikan), *comments* (komentar).



**Gambar 3.13 Folder Laporan Bulanan dan Mingguan Media Sosial**

### Feeds



### Best Content Performance

Feeds (Based on Reach)

Content	Interaction	Overview	Impression	Profile Activity
"Setengah Peringkat Prinsip Pareto Dagi Benda" (posted 15 May 2022) 15.12 WIB	Total: 35 • Likes = 30 • Saves = 2 • Shares = 4 • Comment = 9	Account Reached: 243 • Followers = 157 • Non-Foll = 91	Total: 301 • Home = 101 • Profile = 87 • Other = 15 • Hashtags = 10	Total: 1 • Profile Visits 1 • Website 0 • Follows 0 • Call Button 0 • Email Button 0
"Ini Bedanya Mesin Kasir dan Point of Sale" (posted 17 May 2022) 13.32 WIB	Total: 38 • Likes = 32 • Saves = 2 • Shares = 4 • Comment = 0	Account Reached: 292 • Followers = 159 • Non-Foll = 93	Total: 362 • Home = 120 • Profile = 100 • Other = 8 • Hashtags = 15	Total: 3 • Profile Visits 3 • Website 0 • Follows 0 • Call Button 0 • Email Button 0
"Pecah Liburan yang Berhenti? Bisa Saja Kamu Alami Vacation Blues" (posted 17 May 2022) 16.25 WIB	Total: 11 • Likes = 37 • Saves = 0 • Shares = 4 • Comment = 0	Account Reached: 183 • Followers = 151 • Non-Foll = 151	Total: 317 • Home = 100 • Profile = 101 • Other = 14 • Hashtags = 16	Total: 5 • Profile Visits 3 • Website 0 • Follows 0 • Call Button 0 • Email Button 0

### Content Performance

Feeds (Based on Reach)

All Content	Interaction	Overview	Impression	Profile Activity
"Release Sakti, Saatnya Ubah Leads Jadi Client" (posted 19 May 2022) 16.15 WIB	Total: 20 • Likes = 23 • Saves = 0 • Shares = 4 • Comment = 0	Account Reached: 236 • Followers = 184 • Non-Foll = 102	Total: 358 • Home = 228 • Profile = 104 • Other = 3 • Hashtags = 23	Total: 2 • Profile Visits 2 • Website 0 • Follows 0 • Call Button 0 • Email Button 0
"Mas Implementasi ERP Tapi Bilang Berapa Biayaya?" (posted 19 May 2022) 13.30 WIB	Total: 30 • Likes = 31 • Saves = 3 • Shares = 2 • Comment = 0	Account Reached: 346 • Followers = 232 • Non-Foll = 114	Total: 424 • Home = 284 • Profile = 85 • Other = 3 • Hashtags = 46	Total: 3 • Profile Visits 3 • Website 0 • Follows 0 • Call Button 0 • Email Button 0
"Selamat Hari Kebangkitan Nasional 2022" (posted 19 May 2022) 16.01 WIB	Total: 19 • Likes = 16 • Saves = 0 • Shares = 4 • Comment = 0	Account Reached: 132 • Followers = 104 • Non-Foll = 58	Total: 178 • Home = 97 • Profile = 60 • Other = 1 • Hashtags = 11	Total: 0 • Profile Visits 0 • Website 0 • Follows 0 • Call Button 0 • Email Button 0

### Content Performance

Feeds (Based on Reach)

All Content	Interaction	Overview	Impression	Profile Activity
"Mas Implementasi ERP Tapi Bilang Berapa Biayaya?" (posted 20 May 2022) 13.05 WIB	Total: 42 • Likes = 33 • Saves = 3 • Shares = 6 • Comment = 0	Account Reached: 315 • Followers = 168 • Non-Foll = 132	Total: 300 • Home = 74 • Profile = 56 • Other = 4 • Hashtags = 76	Total: 8 • Profile Visits 8 • Website 0 • Follows 0 • Call Button 0 • Email Button 0
"Makassar Corner Mahasiswa X Kampus Merdeka" (posted 20 May 2022) 16.01 WIB	Total: 55 • Likes = 41 • Saves = 8 • Shares = 16 • Comment = 0	Account Reached: 496 • Followers = 328 • Non-Foll = 80	Total: 445 • Home = 333 • Profile = 77 • Other = 30 • Exports = 2	Total: 16 • Profile Visits 15 • Website 0 • Follows 0 • Call Button 0 • Email Button 0
"Pertama Kali Pakai sistem ERP? Segera Pahami Karyawan dengan 4 Tips Berikut" (posted 21 May 2022) 13.06 WIB	Total: 37 • Likes = 27 • Saves = 0 • Shares = 4 • Comment = 0	Account Reached: 253 • Followers = 180 • Non-Foll = 64	Total: 206 • Home = 217 • Profile = 50 • Other = 3 • Hashtags = 26	Total: 5 • Profile Visits 5 • Website 0 • Follows 0 • Call Button 0 • Email Button 0



### Content Performance

Stories (Based on Reach)

All Content	Reach & Impression	Content Interaction	Navigation	Profile Activity
"Selamat Hari Kebangkitan Nasional 2022" (post 20 May 2022) 12.01 WIB	Reach = 424 Impressions = 426	Shares=0 Replies=0 Sticker Tap=0	Total 505 • Forward = 315 • New Story = 190 • Exit = 83 • Back = 1	• Profile Visits = 11
"Internship Preparation" (posted 20 May 2022) 16.03 WIB	Reach = 413 Impressions = 413	Shares=0 Replies=0 Sticker Tap=0	Total 503 • Forward = 262 • Exit = 170 • New Story = 73 • Back = 28	• Profile Visits = 0
"Repost Reels 'Apa itu Weekend?'" (posted 22 May 2022) 16.15 WIB	Reach = 207 Impressions = 207	Shares=0 Replies=0 Sticker Tap=0	Total 241 • Forward = 139 • Exit = 68 • New Story = 32 • Back = 2	• Profile Visits = 3

### Content Performance

Stories (Based on Reach)

All Content	Reach & Impression	Content Interaction	Navigation	Profile Activity
"Repost Reels 'Customer Success VS Customer Service'" (post 16 May 2022) 11.00 WIB	Reach = 275 Impressions = 276	Shares=0 Replies=0 Sticker Tap=0	Total 235 • Forward = 229 • Exit = 35 • New Story = 32 • Back = 2	• Profile Visits = 6
"Selamat Hari Raya Waskah" (posted 18 May 2022) 11.08 WIB	Reach = 251 Impressions = 250	Shares=0 Replies=0 Sticker Tap=0	Total 235 • Forward = 176 • Exit = 87 • New Story = 34 • Back = 23	• Profile Visits = 5
"Life of Mahasiswa" (posted 17 May 2022) 10.20 WIB	Reach = 238 Impressions = 236	Shares=0 Replies=0 Sticker Tap= 16	Total 330 • Forward = 221 • Exit = 71 • New Story = 45 • Back = 2	• Profile Visits = 4



### Content Performance

Reels (Based on Reach)

All Content	Interaction	Overview	Impression	Profile Activity
"Apa itu Weekend?" (posted 22 May 2022) 16.00 WIB	Total: 4.549 • Viewers = 4.415 • Likes = 123 • Saves = 2 • Shares = 9 • Comment = 0	Account Reached: 4.340 • Followers = N/A • Non-Foll = N/A	Total N/A • Home = N/A • Profile = N/A • Other = N/A • Hashtags = N/A	Total N/A • Profile Visits N/A • Website 0 • Follows 0 • Call Button 0 • Email Button 0

Gambar 3.14 Laporan Kinerja Mingguan Media Sosial

Laporan ini dibuat oleh penulis setiap hari Senin dan langsung diberikan kepada mentor. Presentasi mengenai laporan ini tidak terpaku pada hari tertentu, namun apabila sudah waktu presentasi maka laporan tersebut akan di *review* secara langsung untuk mendapatkan masukan atau saran dari mentor. Dengan adanya pembuatan laporan ini, penulis menjadi paham bagaimana cara melihat *engagement* yang baik dan mengerti hal-hal penting yang perlu diperhatikan dari sebuah konten yang diunggah oleh perusahaan, khususnya untuk meningkatkan *branding*, *promotion*, dan *brand awareness*.

Sedangkan, penulis juga melaksanakan beberapa tugas tambahan selama program kerja magang berlangsung. Tugas-tugas tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Editor Assistant*

<b>HashMicro ID</b>	<b>EQUIP</b>
- Ranita: Ketua	- Shufa: Ketua
- Madeline	- Meisya
- Amira	- Andriyani
- Novita	- Pazri
<b>HashMicro SG</b>	<b>EVA</b>
- Ivory: Ketua	- Rosalia
- Fandy	- Najma: Ketua
- Jeo	- Nanda
Editor Assistant: Ranita	
Growth Strategy Assistant: Pazri	
KoinWorks LO: Jeo	
Reels: Meisya	
Partnership: Meisya, Ranita, Pazri	
Paid Ads: Shufa	

**Gambar 3.15 Pembagian Tugas Divisi *Social Media Specialist***

Pada divisi *Social Media Specialist*, untuk membantu meringankan pekerjaan mentor maka para *intern* diberikan kesempatan dan pembagian

tugas masing-masing dalam memegang akun media sosial. Penulis berkesempatan dan dipercaya untuk menjadi ketua dari salah satu Instagram HashMicro yaitu HashMicro Indonesia (akun utama dari HashMicro). Selain itu, penulis juga dipercayakan sebagai *Editor Assistant*. Dalam hal ini, seorang *Editor Assistant* membantu dalam melakukan pengecekan *copywriting* yang telah dibuat oleh masing-masing tim, kemudian penulisan kata atau kalimat yang kurang tepat diberikan masukan atau saran diganti menjadi lebih tepat. Kemudian, konten yang telah selesai diperiksa mengenai *copywriting* akan diberikan kepada divisi *Graphic Design* untuk dibuat desain konten yang akan diunggah di Instagram.

Setelah selesai di desain, konten tersebut kembali diberikan ke divisi *Social Media Specialist* untuk diperiksa kembali untuk penulisan kata atau kalimat yang *typo*, kurang *italic*, *bold*, *underline*, dan lain sebagainya. Divisi *Graphic Design* akan melakukan revisi setelah diberikan komentar. Tahap terakhir adalah meminta persetujuan kepada mentor untuk melakukan pengecekan terakhir dan bisa diunggah ke media sosial atau tidak. Apabila, ada revisi maka akan kembali diserahkan ke divisi *Graphic Design*, sebaliknya juga konten sudah aman maka dapat langsung diunggah di media sosial dengan jadwal yang sudah ditentukan.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

## 2. Car Branding

### Copy Car Branding (Lebih *Wild*)

1. Liburan Tapi Kerjaan Numpuk Bikin Mumet? Tenang, Kami Punya Solusi Anti Ribet!
2. Harga Pas di Kantong, Enggak Perlu Mikirin Kerjaan Sampai Bengong!
3. Liburan Siang Bolong Mikirin Kerjaan Sampai Bengong? Makanya, #BeralihkeHashMicro dong!
4. #BeralihkeHashMicro, Liburan Tetap santai walaupun dikejar deadline.
5. Kerjaan gak kelar-kelar, kapan liburannya #BeralihkeHashMicro
6. Harga terjangkau, kerjaan terpantau saat liburan cuma di Hashmicro
7. Liburan kok bingung mikirin deadline? Sini #BeralihkeHashmicro
8. Liburan anti stress cuma kami solusinya jangan berpaling #BeralihkeHashmicro
9. Kenapa capek ya? serahkan kerjaanmu kepada kami #BeralihkeHashmicro
10. Liburan kok masih buka laptop, atur kerjaanmu bersama kami #BeralihkeHashmicro
11. Liburan bukannya healling malah overthinking #BeralihkeHashmicro
12. #BeralihkeHashmicro liburan kemudian
13. #BeralihkeHashMicro, Segala Aktivitas Selesai Sampai Tuntas!
14. Prosedur Kerja Berliku-Liku, #BeralihkeHashMicro Jalan Ninja!
15. Lagi Liburan Disuruh Buat Laporan Dadakan? #BeralihkeHashMicro Jadi Andalan!
16. Cari #SolusiMasaKini Ada Di Sini!
17. #SolusiMasaKini Biar Enggak Kerja Saat Liburan!
18. Liburan Sambil Kerja Jadi *Nightmares*? Pakai Sistem, Bisa #LangsungBeres!
19. Kerja #LangsungBeres Tanpa Protes.
20. Pakai Satu Aplikasi, Dua Tiga Kerjaan Terlampai.
21. Otomatiskan Semua Operasional Bisnisimu dengan HashMicro!
22. Kerjaan Bikin Pusing, tapi Kamu Tetap

**Gambar 3.16 Copywriting Car Branding**



**Gambar 3.17 Design Car Branding**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.18 Realisasi Car Branding**

**UangMobil**

**SURAT PERJANJIAN PEMASANGAN INSTALASI CAR BRANDING**

Kepada Yth.  
**Mitra**  
 di Tempat

Dengan hormat,

Uang Mobil bermaksud untuk meminta ketersediaan Anda dalam memproses pemasangan stiker car branding, GPS, dan penandatanganan kontrak kerja sama.

Dengan ini, mitra yang bertandatangan di bawah ini

Nama : .....  
 Tempat, tanggal lahir : .....  
 NIK : .....  
 No. telp : .....  
 Alamat : .....

menyetujui untuk melakukan instalasi car branding sesuai jadwal yang tercantum di bawah ini.

**Gambar 3.19 Surat Perjanjian Instalasi Car Branding**

HashMicro memiliki program yang disebut dengan UangMobil yang baru saja berjalan sejak bulan Mei 2022. UangMobil adalah program yang berada dibawah naungan HashMicro untuk mencari mitra untuk melakukan kerjasama pemasangan iklan pada mobil pribadi dan memberikan keuntungan kepada mitra yang bergabung karena

mendapatkan pencairan dana setiap bulannya. Informasi mengenai UangMobil lebih lengkap ada pada tautan <https://uangmobil.com/>.

Dalam rangka berjalannya program ini, iklan yang dipasang pada mobil mitra dibutuhkan *copywriting* yang nantinya akan dipasang pada setiap mobil. *Copywriting* yang diinginkan adalah menggambarkan manfaat dari produk HashMicro, menggunakan kalimat yang mudah diingat dan tidak terlalu panjang. Penulis dan dua orang lainnya telah membuat *copywriting* dengan jumlah lebih dari sepuluh. Setelah melalui beberapa tahap, akhirnya *copywriting* dipilih dan berdasarkan hasil revisi serta penyempurnaan dari mentor dan beberapa pihak lainnya. *Copywriting* yang digunakan adalah “Kerja Cepat Beres, Liburan Gak Pake Stres #JalanMudahku”.

Selain itu, penulis juga diminta untuk membantu dalam pembuatan surat perjanjian instalasi untuk program *car branding*. Dalam penulisan surat perjanjian ini, diperlukan beberapa data yang nantinya akan diisi oleh para mitra yang bekerjasama. Surat perjanjian ini dibuat sebagai perjanjian yang mengikat antara UangMobil dengan para mitra agar program dapat terlaksana dengan baik dan tidak mengikari satu dengan yang lain. Selama proses pembuatan surat perjanjian instalasi, penulis mendapatkan bimbingan dan beberapa saran/kritik dari mentor sampai surat perjanjian instalasi *car branding* siap digunakan.

### 3. Project Shooting Inventory

#### Rundown Shooting Inventory

Waktu	Durasi	Kegiatan	Tempat / Keperluan per karakter	PIC
07.30 - 07.45	15'	Berkumpul di kantor dan menyiapkan perlengkapan	Kantor	All
07.45 - 09.45	120'	Menuju venue	OTW	All
09.45 - 10.45	60'	Shooting scene 1	Venue	All
10.45 - 11.45 (lihat kondisi)	60'	Shooting scene 2	Venue	All
11.45 - 12.45	60'	Shooting scene 3	Venue	
12.45 - 13.30	45'	Istirahat shay	-	
13.30 - 14.30	60'	Shooting scene 4	Venue	
14.30 - 17.00	150'	Shooting scene 5	Venue	
17.00 - 17.30	30'	Review Kelengkapan file	-	
18.30		Selesai		

**Gambar 3.20 Rundown Shooting Video Inventory**

<p>Scene 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Receiving</li> </ul>	<p>Plan A: Gudang</p> <p>Driver truk berjalan menuju pintu belakang truk.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Shoot dilanjutkan dengan pembukaan pintu belakang dan melakukan penurunan barang.</li> <li>Pada scene selanjutnya, driver mengambil barang dari atas truk kemudian berpindah ke dalam gudang (shoot barang dilakukan dengan transisi), karyawan gudang menghampiri driver untuk pengecekan barang.</li> <li>Barang yang diterima akan tercatat secara otomatis pada sistem melalui tahap scanning menggunakan alat barcode printer.</li> </ol> <p>Plan B: Warehouse/IKEA</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Talent 1 memberikan barang/box kepada Talent 2 secara langsung.</li> <li>Talent 2 meletakkan barang di dalam gudang dan melalui tahap scanning menggunakan alat barcode printer.</li> <li>Barang akan terdeteksi secara otomatis melalui sistem.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Talent A menggunakan kaos dan celana jeans panjang.</li> <li>Talent A membuka pintu belakang truk</li> <li>Talent A membawa tablet(faktur) dan bertemu dengan Talent B.</li> <li>Karyawan gudang melakukan ttd pada faktur yang diberikan.</li> <li>Talent A menurunkan salah satu barang yang dilanjutkan dengan transisi ke dalam gudang.</li> <li>Talent B melakukan scanning pada barang yang sudah diletakkan pada tumpukan di dalam gudang.</li> </ol> <p>List properti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Truk</li> <li>Tablet</li> <li>10-15 barang/box kardus yang akan dibawa ke dalam gudang</li> <li>Barcode printer</li> </ul> <p>Talent:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Talent A = Driver Truk</li> <li>Talent B = Karyawan Gudang</li> </ol>
---	--	---

**Gambar 3.21 Script Shooting Video Inventory**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### MOCK UP & POP UP INVENTORY

No	Scene	Nama Mock up	Vector
1	<p><b>SCENE 1 - RECEIVING</b></p> <p><b>a. Di luar gudang</b> Truk datang tepat di depan gudang dengan menurunkan sejumlah barang. <i>*Muncul pop up</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sejumlah barang yang berada dalam truk diturunkan dan dimasukkan ke dalam gudang.</li> </ul> <p><b>b. Di dalam gudang</b> Barang yang sudah diturunkan dari truk dan dipindahkan ke dalam gudang. <i>*Muncul pop up</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Barang yang sudah berada di gudang mulai memasuki tahap scanning dengan menggunakan barcode printer.</li> </ul>	<p><b>Di luar gudang:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pop up barang yang diturunkan dari truk dan dimasukkan ke gudang.</li> </ul> <p><b>Di dalam gudang:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pop up saat scanning sejumlah barang.</li> <li>- Mock up barang yang sudah di scanning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Truk tronton</li> <li>- Sejumlah barang</li> <li>- Barcode printer</li> </ul>

**Gambar 3.21 Mock Up dan Pop Up Shooting Video Inventory**

Proyek *shooting inventory* ini dilakukan untuk membantu divisi *Business Development* pada saat melakukan demo produk kepala klien. Proyek ini melibatkan divisi *Social Media Specialist* untuk membuat *copywriting* pada *script* dan *mock up/pop up*, serta divisi *Graphic Design* yang membantu dalam proses pembuatan video, *editing*, *design mock up/pop up*. Tentunya, dalam pengerjaannya proyek ini membutuhkan waktu yang cukup lama mengingat proses *shooting* harus dilakukan secara langsung di gudang milik salah satu klien dari HashMicro.

Selama pembuatan *copywriting* untuk *script*, *mock up*, dan *pop up*. Penulis bersama dengan anggota tim lainnya bekerja sama untuk membagi tugas yakni satu orang bertanggung jawab membuat satu *scene*. Tentunya, hal tersebut dilakukan untuk mempercepat dan mempermudah proses pembuatan *copywriting* agar cepat selesai. Hasil yang sudah dibuat akan di *review* oleh mentor dari divisi *Graphic Design* untuk diberikan saran/kritik yang kemudian direvisi kembali dan mencapai hasil *final*.

#### 4. Kampus Merdeka Batch 2

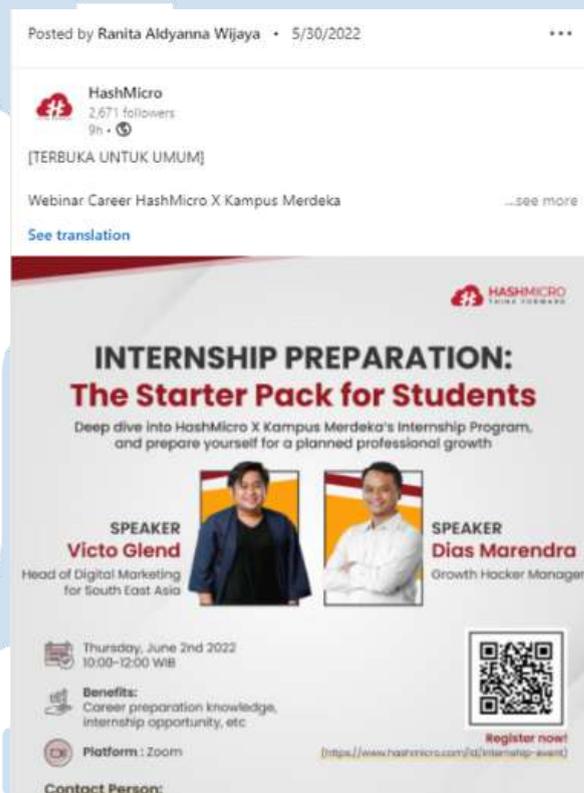
### Simak Pengalaman Magang Bersama HashMicro!



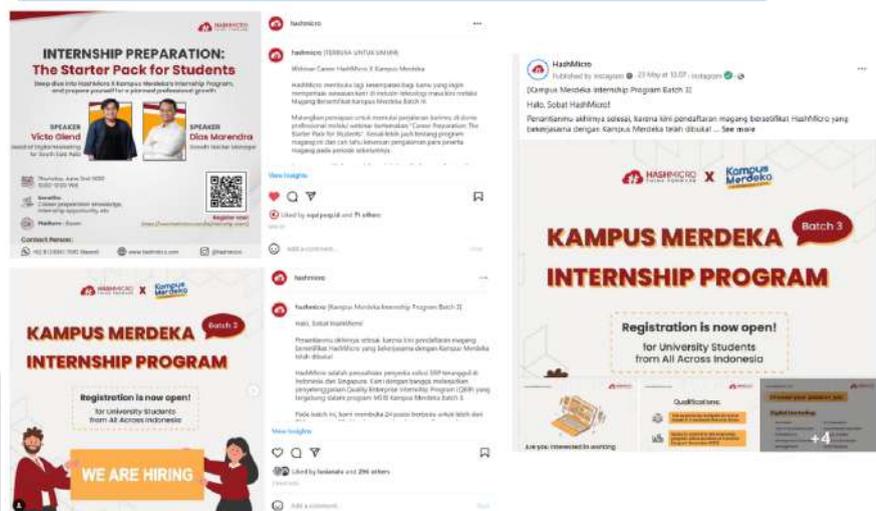


Gambar 3.22 Video Proyek Kampus Merdeka Batch 2

### 5. Kampus Merdeka Batch 3



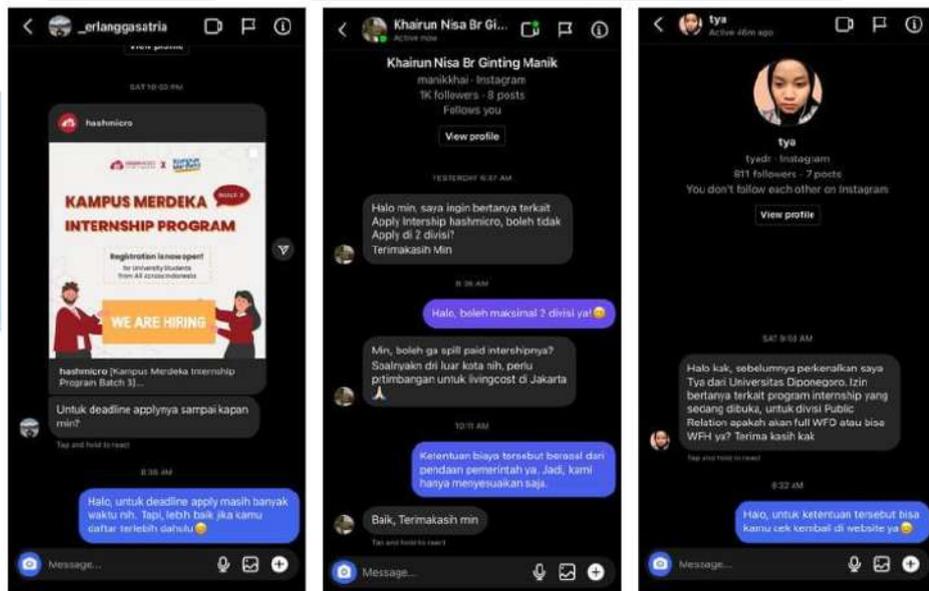
U  
N  
I  
M  
U  
L  
T  
I  
M  
E  
D  
I  
A  
N  
U  
S  
A  
N  
T  
A  
R  
A



**Gambar 3.23 Unggahan Konten Kampus Merdeka Batch 3 Pada Instagram, Facebook, dan LinkedIn**

HashMicro bekerja sama dengan pemerintah dalam melaksanakan program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka (MSIB). Saat ini, HashMicro telah menjalin kerjasama sebanyak tiga kali. Dalam batch 3 ini, divisi *Social Media Specialist* khususnya tim yang memegang akun HashMicro Indonesia mendapatkan tugas untuk melakukan unggah konten

yang berkaitan dengan Kampus Merdeka pada periode waktu yang ditentukan. Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa divisi lain yang membantu dalam mempersiapkan konten dari segi desain dan *copywriting*, antara lain divisi *Public Relations*, HashMicro Academy, *Graphic Design*, dan lainnya.



**Gambar 3.24 Penulis Membalas Pesan Masuk (*Direct Message*) di Instagram @hashmicro Terkait Kampus Merdeka Batch 3**

Penulis bertanggung jawab untuk memantau media sosial dan mengunggah konten yang berkaitan dengan Kampus Merdeka. Penulis juga bertanggung jawab untuk membalas komentar dan pesan masuk (*direct message*) yang berkaitan dengan program Kampus Merdeka ini. Pesan yang masuk saat program ini dibuka mencapai lebih dari lima pesan setiap harinya. Pertanyaan tersebut dijawab sesuai dengan ketentuan yang ada. Penulis juga belajar untuk lebih peka dan mengetahui informasi seputar Kampus Merdeka agar dapat menjawab pertanyaan dengan benar. Apabila ada pertanyaan yang sekiranya penulis tidak mengerti atau kurang paham, maka penulis harus bertanya kepada koordinator yang bertanggung jawab untuk menghindari kesalahan informasi.

### 3.5 Kendala yang Ditemukan

Program magang yang telah berlangsung selama kurang lebih lima bulan, penulis mendapatkan banyak pembelajaran dan juga informasi yang baru di HashMicro khususnya tentang pemasaran, *marketing*, penjualan dalam dunia bisnis B2B yang tentunya menjadi media untuk mengembangkan diri penulis. Dalam proses tersebut, tentunya penulis menemukan beberapa kendala yang ada di divisi *Social Media Specialist*, yang menjadi tempat penulis mendapatkan pengalaman dan pembelajaran baru. Kendala tersebut diantaranya:

1. Kurangnya anggota dari divisi *Social Media Specialist*

Selama program magang berlangsung, HashMicro mengalami pengurangan sumber daya manusia karena ada beberapa *intern* yang mengundurkan diri akibat masalah konversi SKS dan sebagainya. Jumlah *intern* divisi *Social Media Specialist* yang sebelumnya lima belas orang berkurang menjadi sebelas orang. Tentunya, pengurangan ini berakibat pada pembuatan konten yang lebih sedikit dan ditambah lagi dengan beberapa proyek terkadang membuat divisi *Social Media Specialist* kewalahan.

Ketika penulis menjadi bagian dari divisi *Social Media Specialist* banyak pekerjaan baru yang harus dilakukan, mengingat ada beberapa akun Instagram yang baru dibuat seperti Equip, Eva, dan HashMicro Singapura yang juga membutuhkan waktu dalam proses pengembangannya. Berkurangnya *intern* pada divisi *Social Media Specialist* membuat beberapa orang harus memegang lebih dari satu akun media sosial. Hal ini bertujuan agar masing-masing akun tetap berproduksi dan mengunggah konten. Namun, banyaknya proyek di luar memegang akun media sosial membuat para *intern* kesulitan untuk beradaptasi dan mungkin mengalami *burnout*.

Penulis menemukan hambatan karena konten yang harus diunggah per minggu adalah sebanyak dua belas konten, sedangkan masing-masing tim hanya beranggotakan maksimal 4 orang. Maka, setiap orang wajib

membuat setidaknya tiga konten secara rutin dan diselingi dengan proyek lainnya. Tentunya, dengan adanya proyek yang banyak dan konten yang harus diunggah secara rutin membuat para *intern* mengalami kesulitan karena proses yang cukup panjang mulai dari pencarian ide, merumuskan konsep desain, penulisan *copywriting*, *brainstorming* untuk proyek, dan lainnya menjadi terhambat karena keterbatasan sumber daya manusia tersebut.

2. Alur komunikasi memakan waktu yang lama dan keputusan yang tidak menentu

Pada divisi *Social Media Specialist* yang setiap hari bertugas untuk mengunggah konten di media sosial tentunya memerlukan alur komunikasi yang sesingkat mungkin. Terlebih lagi, untuk mengunggah satu konten membutuhkan waktu lebih satu hari mulai dari pembuatan *copywriting*, desain, *review*, revisi, sampai konten diunggah. Komunikasi yang terjadi di HashMicro saat ini masih terlalu lama dikarenakan mentor memegang lebih dari satu divisi. Pekerjaan dan proyek yang dilakukan mentor dijalankan dalam waktu yang bersamaan mengakibatkan fokus dari mentor terpecah-pecah, sehingga pengambilan keputusan cenderung lama.

Terkadang, konten yang diunggah harus ditunda atau tidak sesuai dengan jadwal karena mentor tidak sempat atau belum melakukan *review*. Dengan adanya hal tersebut, divisi *Social Media Specialist* dan *Graphic Design* harus menunggu lama untuk mendapatkan persetujuan. Selain itu, konten yang telah dibuat terkadang tidak jadi diunggah karena satu dan lain hal. Akibatnya, divisi *Graphic Design* harus mengubah pola warna untuk konten selanjutnya. Misalnya, konten yang semula porsinya tiga konten tentang produk, tiga konten tentang karir, dan tiga konten tentang industri sudah dipersiapkan dengan baik seminggu sebelumnya, namun karena ada perubahan *campaign* maka semua ide konten yang telah didapatkan harus diubah menjadi konten yang mengarah pada *hard selling*.

Hal seperti ini membuat divisi *Social Media Specialist* harus cepat untuk mencari topik pengganti lain yang pastinya membutuhkan waktu.

### 3. Proses pembuatan konten yang sulit dikontrol

Pada awal program magang berlangsung, divisi *Social Media Specialist* kesulitan dalam melakukan pembuatan konten. Selama membuat konten, *copywriting* yang sudah jadi harus dipindahtangankan secara berulang kali sehingga dokumen menjadi tercecer karena tidak ditempatkan di satu *folder* yang sama.

Penulis mendapati bahwa proses dari pembuatan konten juga sulit dikontrol karena tidak ada keterangan apapun pada lembar *editorial board* (dokumen yang berisi ide konten, referensi, nama penulis) yang menjelaskan progres dari masing-masing konten, apakah konten tersebut telah selesai dibuat, tahap desain, dan lainnya. Hal ini membuat penulis dan anggota divisi lainnya kesulitan dalam melakukan *tracking* pembuatan konten dan besar kemungkinan untuk mengalami kesalahan komunikasi atau mengunggah konten menjadi tidak sesuai jadwal.

### 4. Jumlah mentor tidak sebanding dengan divisi berada dibawahnya

Selama penulis mengikuti program magang di divisi *Social Media Specialist*, kendala yang ditemukan adalah jumlah mentor yang tidak sebanding dengan divisi yang berada dibawahnya. Seorang mentor mengontrol lebih dari dua divisi pastinya akan kesulitan dan juga banyak yang harus diperhatikan. Banyaknya divisi yang dipegang membuat mentor kurang fokus serta lama dalam pengambilan keputusan karena terhalang oleh urusan lain yang mungkin lebih penting.

Kebanyakan proyek yang sedang berjalan juga banyak dilimpahkan ke mentor yang sama sehingga proses dari masing-masing proyek dan divisi harus di *update* secara berkala agar mentor tidak lupa dengan hasil yang telah dibuat oleh setiap divisi. Jumlah mentor yang sedikit kemudian diikuti dengan jumlah *intern* yang cukup banyak namun

masih belum bisa maksimal karena terlalu banyak pekerjaan yang harus dilakukan secara bersamaan.

5. Sulit dalam meningkatkan *engagement* karena *followers* tidak organik di media sosial Instagram

Media sosial utama yang digunakan HashMicro adalah Instagram. Pada perusahaan B2B ada tantangan tersendiri untuk divisi *Social Media Specialist* untuk membuat konten yang tidak monoton atau membosankan, karena biasanya konten yang dibawakan cenderung menggunakan bahasa dan topik yang berat. Penulis juga awalnya kesulitan untuk beradaptasi dengan gaya penulisan dan topik mengenai *software* ERP yang jelas tidak mudah dan sangat luas cakupannya.

Dengan topik yang berat dan bahasa yang cukup profesional, kesulitan terbesar yang dirasakan penulis adalah dalam meningkatkan *engagement* agar konten yang dihasilkan bisa tetap bermanfaat namun mudah dimengerti. *Engagement* ini tentunya menjadi tolak ukur yang tepat untuk melihat konten seperti apa yang disukai dan cocok untuk para pengikut media sosial HashMicro. Kesulitan lainnya, topik yang dibahas sebelum penulis melakukan program magang sudah cukup banyak dan mendalam, maka penulis harus banyak mencari referensi yang belum pernah dibawakan sebelumnya agar para pengikut mendapatkan informasi yang baru namun tetap dibutuhkan dan berkualitas.

### **3.6 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Kendala-kendala yang telah dijelaskan sebelumnya tentu harus dihadapi dengan solusi yang jelas dan tepat. Dalam pencarian solusi tersebut, diperlukan koordinasi dan kerjasama dari masing-masing anggota divisi *Social Media Specialist* dengan mentor dalam setiap langkah pencarian solusi yang akan diambil. Langkah-langkah yang dilakukan mulai dari pencarian informasi, berpendapat atau menyampaikan ide, sampai solusi tersebut disepakati bersama,

hingga akhirnya solusi dapat diimplementasikan. Kendala tersebut dihadapi dengan uraian solusi sebagai berikut:

1. Kurangnya anggota dari divisi *Social Media Specialist*

Secara umum, solusi yang paling baik bagi kendala terkait kurangnya anggota divisi *Social Media Specialist* adalah dengan menambah anggota baru. Tentunya, memilih anggota yang tepat tidak mudah, namun cara ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan banyaknya jumlah pekerjaan yang harus dilakukan oleh divisi *Social Media Specialist*. Pada saat *interview*, mentor seharusnya memilih kandidat yang benar-benar memiliki potensi sehingga di tengah jalan tidak ada pengurangan anggota.

Selain itu, apabila memang tidak ada anggota yang berpotensi, maka jalan lain yang dapat dilakukan dengan cara membentuk alur koordinasi, komunikasi, dan pembagian tugas yang merata. Pembagian dan pendelegasian tugas yang jelas menjadi solusi yang efektif agar masing-masing *intern* mengetahui porsi pekerjaan mana yang harus mereka lakukan. Dengan membagi tugas dengan adil, para *intern* juga memiliki kesadaran untuk melakukan tanggung jawabnya sehingga setiap tugas yang diberikan dapat terlaksana dengan baik.

Dalam hal ini, mentor juga harus dapat memberikan arahan yang jelas tentang setiap tugas atau proyek yang diberikan kepada masing-masing anggota. Tujuannya, agar para *intern* tahu tugas mereka dan meminimalisasi pertanyaan-pertanyaan yang kurang penting. Selain itu, langkah yang diambil mentor untuk memilih satu ketua di masing-masing tim media sosial juga dirasa sudah tepat karena hal ini memudahkan koordinasi hanya melalui satu pihak saja, guna menghindari informasi berulang.

2. Alur komunikasi memakan waktu yang lama dan keputusan yang tidak menentu

Proses komunikasi merupakan hal utama dalam sebuah pekerjaan. Komunikasi yang baik tentunya mendukung kinerja yang baik pula. Di awal program magang berlangsung, proses persetujuan dilakukan secara berulang, jadi ketika hendak mengunggah satu konten harus melewati beberapa kali *review* dari mentor. Hal ini diakibatkan keterbatasan sumber daya manusia, sehingga mentor harus melakukan berbagai hal dalam satu waktu. Terkadang, pemikiran mentor yang berubah-ubah juga berdampak pada keterlambatan dalam mengunggah konten karena kurang sesuai dari segi *copywriting* maupun desain.

Mengatasi hal tersebut, solusi yang telah digunakan adalah mentor memberikan kepercayaan kepada masing-masing tim media sosial memiliki satu orang sebagai *Editor Assistant*. Tugas dari seorang *Editor Assistant* adalah memilih topik atau ide konten yang sesuai dengan *branding* dari setiap akun media sosial, serta memberikan revisi pada *copywriting* dari setiap konten yang akan di desain. Dengan adanya seorang *Editor Assistant*, alur komunikasi menjadi lebih singkat karena mentor hanya bertugas untuk memberikan persetujuan, masukkan, dan saran ketika hasil *output* jadi (dari segi desain dan *copywriting*) sebelum diunggah di media sosial.

Kemudian, untuk masalah *campaign* yang sering berubah sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk mencerna maksud dan tujuan *campaign* baru juga sudah ditemukan solusi. Mentor biasanya akan memberikan gambaran dan juga *briefing* terkait konten yang akan dibawakan se jelas mungkin. Namun, untuk memudahkan setiap anggota memahami maksud *campaign* tersebut, biasanya mentor akan memberikan contoh konten atau gambaran kasar dari konten yang akan dibawakan pada bulan tersebut. Dengan adanya, gambaran seperti ini memudahkan para anggota divisi *Social Media Specialist* untuk menulis konten dan juga mampu beradaptasi dengan perubahan secara cepat.

### 3. Proses pembuatan konten yang sulit dikontrol

Setiap konten yang telah dibuat pasti membutuhkan kontrol dan penting untuk mengetahui *progress* konten tersebut sudah sampai dimana. Sebelumnya, *editorial board* hanya untuk penjadwalan konten saja, tidak ada keterangan waktu, siapa *designer*-nya, *link design* dan lainnya. Hal ini menyulitkan anggota dan mentor untuk melihat konten tersebut sebenarnya sudah selesai dibuat atau belum.

Solusi yang sangat membantu dan digunakan saat ini adalah dengan menambahkan beberapa keterangan tambahan pada *editorial board*, antara lain nama penulis, nama *designer*, jam untuk mengunggah konten, *link design*, warna pola untuk Instagram, dan status konten. Dengan adanya solusi tersebut, para anggota menjadi lebih mudah untuk melakukan pelacakan proses pembuatan konten. Selain itu, divisi *Graphic Design* dapat menambahkan *designer* dan mengubah status desain sesuai dengan status yang tersedia.

### 4. Jumlah mentor tidak sebanding dengan divisi berada dibawahnya

Kendala ini lagi-lagi berasal dari sumber daya manusia yang terbatas. Solusi yang dirasa paling baik adalah dengan menambahkan jumlah karyawan tetap yang mempunyai potensi yang cukup untuk menjadi seorang mentor dan bertanggung jawab atas satu divisi yang dikuasai. Hal ini membantu dalam pengambilan keputusan yang cepat dan juga menghindari fokus mentor yang terbagi karena memegang tugas dan proyek dalam waktu yang bersamaan.

Apabila HashMicro sulit untuk menemukan kandidat yang tepat untuk dijadikan mentor, mungkin bisa dikurangi terlebih dahulu proyek yang sedang dijalankan atau diberikan batas waktu yang jelas misalnya proyek A dijalankan dari bulan Maret-April, proyek B dijalankan pada bulan April-Mei, dan seterusnya. Tentunya *timeline* yang lebih teratur menghindari adanya pekerjaan yang menumpuk di satu waktu dan mungkin menjadi beberapa divisi tersebut tidak terlalu difokuskan,

padahal seharusnya bisa lebih baik. Selain itu, jika pencarian anggota dirasa cukup sulit, mungkin bisa saja beberapa mentor berkolaborasi dan saling membantu untuk melihat perkembangan divisi-divisi yang belum ada mentor spesialis. Tujuannya, agar divisi tersebut bisa tetap berjalan dengan maksimal dan juga tidak perlu menunggu lama untuk mengerjakan tugas atau meminta persetujuan. Setidaknya, solusi yang paling tepat adalah setiap divisi memiliki satu mentor yang sesuai di bidangnya.

5. Sulit dalam meningkatkan *engagement* karena *followers* tidak organik di media sosial Instagram

Media sosial yang dimiliki HashMicro sangat beragam. Dalam program magang ini penulis bertanggung jawab untuk memegang akun HashMicro Indonesia yang menjadi akun utama di HashMicro. Tentunya, banyak tantangan yang dihadapi salah satunya adalah sulitnya meningkatkan *engagement* dari pengikut media sosial. Hal ini dikarenakan konten yang dibawakan hanya *related* pada beberapa target pasar saja.

Namun, seiring berjalannya waktu *engagement* tersebut yang semula kecil perlahan meningkat. Solusinya didapatkan dari melakukan aktivasi media sosial dengan memperbanyak *post* konten baik *feeds* maupun *reels*. Jenis konten *feeds* yang paling banyak disukai dan disimpan pengikut adalah konten yang berhubungan dengan karir. Maka, beberapa konten harus diselipkan juga mengenai fakta yang berhubungan dengan karyawan bukan hanya tentang produk saja. Kemudian, solusi lainnya adalah rajin membuat video *reels*, nyatanya *reels* dapat meningkatkan *engagement* yang sangat tinggi. Jenis *reels* yang digemari lebih banyak menghasilkan *engagement* ketika melibatkan banyak *talent* untuk akting atau dengan menggunakan *sound* yang sedang *booming* pada saat itu. Inti dari solusinya adalah harus konsisten dalam membuat dan mengunggah konten, *update* dengan berita terkini, membuat konten yang *relate* dengan pembaca serta rutin melakukan pengecekan terhadap jumlah *engagement* setiap minggunya untuk mengetahui perkembangan akun media sosial.