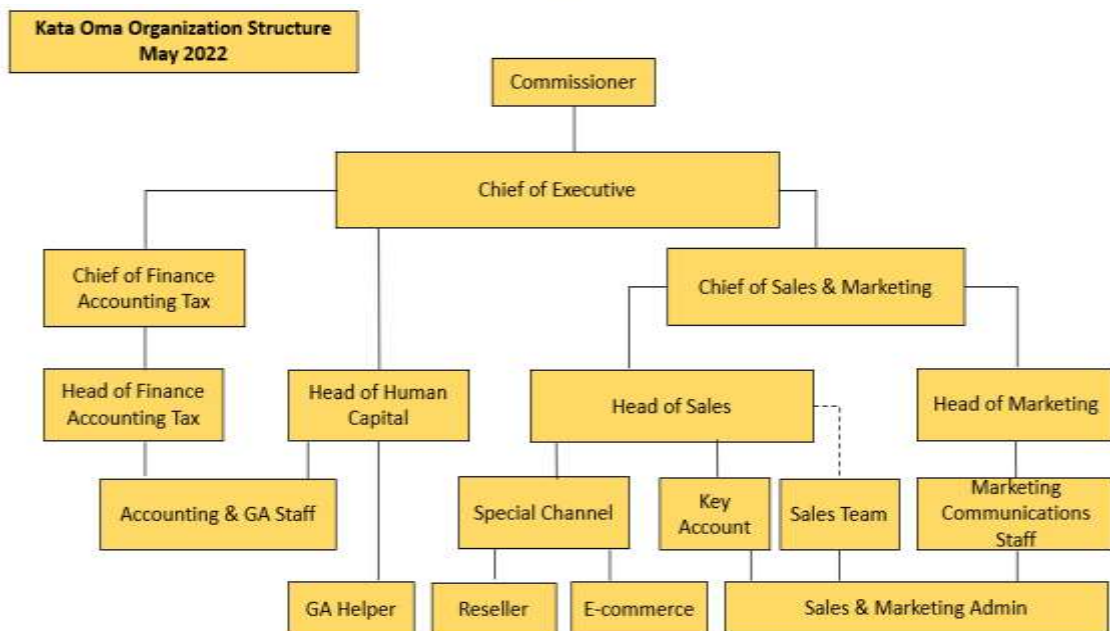


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan praktik kerja magang di Unisnack Citarasa Abadi (Kata Oma) yang merupakan perusahaan yang menjual camilan tradisional khas Indonesia yaitu telur gabus yang renyah dan asli alami. Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis ditempatkan pada divisi *Marketing* yang dipimpin oleh *Chief of Sales & Marketing* dan membawahi *Head of Marketing* lalu *Marketing Communication Staff* dan dilanjutkan dengan *Sales & Marketing Admin*. Setiap jabatannya memiliki *job description* yang berbeda dan secara spesifik penulis berada diposisi *Sales & Marketing Staff* yang biasa disebut *Marketing Communication Intern* yang berfokus pada *Digital Marketing*.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Unisnack Citarasa Abadi (Kata Oma)

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Berdasarkan gambar 3.1 diatas, pada bagian *Sales & Marketing Admin* atau *Marketing Communication Intern* yang mana secara keseluruhan tugas penulis serta keperluan praktik kerja magang berada dibawah bimbingan Ibu Isabel Yuliani selaku *Head of Marketing*. Tugas yang dijalankan oleh penulis sehari-hari juga diperiksa langsung oleh Carollina Stella selaku *Marketing Communications Staff* lalu dilanjutkan dengan Ibu Isabel Yuliani selaku *Head of Marketing* & Ibu Furiyanti selaku *Chief of Sales & Marketing*. Proses koordinasi dan pemeriksaan tugas penulis dilakukan melalui *whatsapp group*.

Secara keseluruhan divisi Marketing bertugas dalam membangun serta menjaga interaksi yang baik dan positif dengan konsumen maupun calon konsumen, mengenal target dari *audience social media* Kata Oma, merancang konten setiap bulannya, mempelajari *insight* sebagai bentuk evaluasi, melayani keluhan kesah konsumen, melakukan *copywriting*, serta menjaga hubungan yang baik dengan komunitas maupun pihak eksternal lainnya.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang dengan tugas dan uraian kerja magang sebagai berikut:

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan praktik kerja magang yang dimulai pada tanggal 4 Januari 2022 sampai dengan tanggal 4 Juni 2022, berikut adalah beberapa tugas yang dikerjakan oleh penulis selama berada di posisi *Sales & Marketing Admin* atau *Marketing Communication Intern*. Berikut dibawah ini penulis lampirkan table 3.1 yang berisikan rincian tugas utama penulis selama melakukan praktik kerja magang di Unisanck Citarasa Abadi (Kata Oma).

Tabel 3.1 Tugas Utama Penulis
 Sumber: Di Olah Oleh Penulis, 2022

No.	Jenis Pekerjaan	Keterangan	Penanggung Jawab
1.	<i>Social Media Admin</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan patroli Instagram 4 kali dalam sehari yaitu pada pukul 08.00-08.30, 11.30-12.00, 16.30-17.00 & 20.00-20.30. - Membalas komentar di Instagram <i>feeds</i>. - Membalas komentar di TikTok. - Melakukan <i>repost</i> terhadap Instagram <i>story</i> konsumen. - Membalas pesan yang masuk dari konsumen maupun calon konsumen melalui <i>direct message</i> Instagram. - Menangani <i>complaint</i> yang masuk dari konsumen melalui <i>direct message</i> Instagram. - Menangani calon <i>reseller</i> yang masuk dari <i>direct message</i> Instagram dan meneruskannya ke <i>whatsapp admin</i>. - Menangani tawaran kerjasama dari pihak eksternal yang masuk melalui <i>direct message</i> Instagram. - Menangani pesanan dari konsumen maupun calon konsumen yang masuk dari <i>direct message</i> Instagram dan meneruskannya ke <i>whatsapp</i> 	Isabel Yuliani

		<p><i>admin.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengunggah promo yang sedang berlaku setiap hari melalui Instagram <i>story</i>. - Menyusun <i>highlight</i> Instagram <i>story</i> setiap ada promo baru. - Mengunggah konten untuk membangun interaksi dan <i>branding</i> perusahaan melalui Instagram <i>feeds</i> pada hari senin sampai jumat pukul 18.00 WIB. - Mengunggah konten untuk membangun interaksi seperti <i>quiz</i>, <i>polling</i> dan <i>question box</i> melalui Instagram <i>story</i> pada hari sabtu dan minggu. - Mengunggah konten untuk membangun interaksi dan <i>branding</i> perusahaan melalui Instagram <i>reels</i> pada hari sabtu dan minggu. - Mengunggah konten untuk membangun interaksi dan <i>branding</i> perusahaan melalui TikTok pada hari sabtu dan minggu. - Memastikan setiap konten yang diunggah sudah sesuai dengan <i>editorial plan</i> dan telah disetujui oleh penanggung jawab. - Memilih pemenang <i>giveaway</i> atau 	
--	--	---	--

		<p><i>competition</i> yang diadakan oleh perusahaan serta mengurus hadiah hingga diterima oleh pemenang.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjaga hubungan baik dengan <i>Key Opinion Leader</i> yang mengunggah produk perusahaan melalui <i>direct message</i> atau kolom komentar. 	
2.	<i>Content Planning</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat perencanaan konten setiap bulan untuk konten TikTok dan Instagram <i>reels</i>. - Memahami serta mengikuti tren yang sedang ramai dan digemari masyarakat. - Menganalisis tipe konten yang sesuai dengan target market perusahaan. - Memastikan bahwa konten yang dipilih dapat menggambarkan perusahaan dengan baik & mencapai tujuan perusahaan. - Menyajikan konten yang telah disusun dalam bentuk <i>power point</i>. - Mempresentasikan <i>editorial plan</i> kepada penanggung jawab dan melakukan revisi bila diperlukan. 	Isabel Yuliani
3.	<i>Content Creator</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten yang menarik dan sesuai dengan target market perusahaan. - Memilih sumber daya manusia 	Isabel Yuliani

		<p>yang akan tampil sebagai <i>talent</i> dalam video.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menghubungi <i>talent</i> untuk proses rekaman. - Menjadi <i>talent</i> yang tampil dalam video. - Memastikan konten yang dibuat telah sesuai dengan <i>editorial plan</i> yang sudah disetujui oleh penanggung jawab. - Memastikan konten yang dibuat telah sesuai dengan budaya perusahaan dan tujuan tercapai. - Merekam video. - Menyunting rekaman video. - Menyusun atau menyunting ulang rekaman video apabila diperlukan. 	
4.	<i>Copywriting</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>caption</i> Instagram <i>feeds</i> untuk hari senin sampai jumat. - Membuat <i>caption</i> tambahan untuk konten Instagram <i>story</i>. - Membuat <i>caption</i> TikTok dan Instagram <i>reels</i> untuk hari sabtu dan minggu. - Membuat <i>caption</i> Facebook terkait artikel dari <i>website</i> perusahaan setiap senin dan jumat. - Memastikan bahwa setiap <i>caption</i> yang dibuat berhasil mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan. 	

Selain menjalankan tugas rutin, penulis juga mengerjakan beberapa tugas tambahan yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.2 Tugas Tambahan Penulis
Sumber: Di Olah Oleh Penulis, 2022

No.	Jenis Pekerjaan	Keterangan	Penanggung Jawab
1.	<i>Partnership & KOL (Key Opinion Leader) Management</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari <i>Key Opinion Leader</i> yang dirasa sesuai dengan nilai yang dibawa perusahaan dan mampu untuk mengkomunikasikannya. - Mendata <i>Key Opinion Leader</i> yang berpotensi ke dalam <i>google sheets</i>. - Menyajikan data terkait <i>Key Opinion Leader</i> ke dalam bentuk <i>power point</i>. - Mempresentasikan <i>power point</i> kepada penanggung jawab. - Mewakili perusahaan dalam menghubungi pihak eksternal (<i>Key Opinion Leader</i> atau komunitas). - Menghubungi <i>contact person Key Opinion Leader</i> dan melakukan <i>follow up</i> terkait jawaban dari tawaran kerjasama. - Mengurus pembayaran apabila terjadi kerjasama dengan <i>Key Opinion Leader</i>. - Mengkomunikasikan maksud & tujuan perusahaan dengan baik kepada <i>Key Opinion Leader</i> agar 	Isabel Yuliani

		<p>tidak terjadi kesalah pahaman.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meminta persetujuan kepada penanggung jawab terkait konten yang sudah dibuat oleh <i>Key Opinion Leader</i> dan mengkomunikasikan terkait revisi konten. - Memastikan <i>Key Opinion Leader</i> telah membuat konten dan hasilnya sesuai dengan apa yang diinginkan perusahaan. - Memastikan <i>Key Opinion Leader</i> mengunggah konten sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. - Menjaga hubungan yang baik dengan <i>Key Opinion Leader</i> sebelum, saat dan setelah kerjasama berlangsung. 	
2.	<i>Event Staff</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengumpulkan dan mempersiapkan semua keperluan <i>event</i> bulanan yang diadakan secara <i>online</i> melalui Zoom dengan komunitas yang sesuai dengan target market perusahaan. - Mencari, mendata dan menghubungi komunitas yang dirasa cocok. - Bertugas membuat <i>google forms</i> untuk pendaftaran peserta. - Bertugas membuat <i>whatsapp group</i> dan mengundang seluruh 	Isabel Yuliani

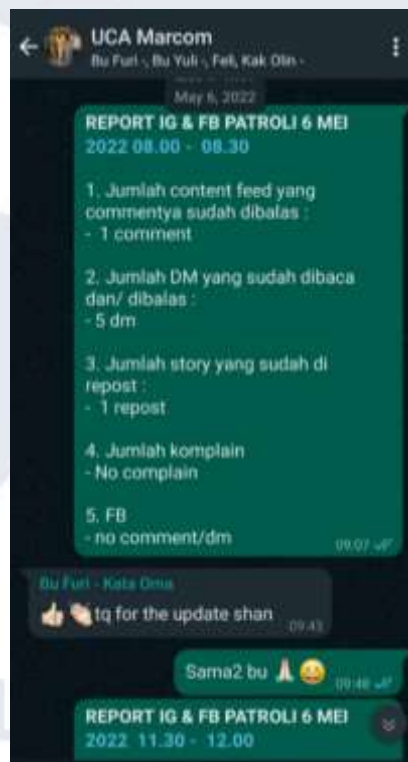
		<p>peserta, serta memastikan seluruh peserta yang daftar telah berhasil masuk.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengawasi <i>event</i> perusahaan yang sedang berlangsung berjalan dengan lancar. - Menjadi Zoom multimedia yang bertugas untuk melakukan <i>sharescreen</i> materi & memandu acara dari awal hingga akhir. - Menjadi <i>chat admin</i> yang bertugas untuk membalas komentar dan pertanyaan peserta. - Menjadi <i>social media admin</i> yang bertugas dalam melakukan <i>repost</i> terhadap Instagram <i>story</i> peserta. - Menjadi <i>time keeper</i> yang memastikan bahwa acara berjalan sesuai dengan waktu di <i>rundown</i>. - Mengurus data yang diperlukan setelah <i>event</i> selesai. - Menjaga hubungan yang baik dengan komunitas sebelum, saat dan setelah <i>event</i> berlangsung. 	
--	--	--	--

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Berdasarkan *job description* diatas, pelaksanaan praktik kerja magang yang dijalankan penulis di Unisnack Citarasa Abadi (Kata Oma) memiliki uraian tugas secara berikut.

1. *Social Media Admin*

Bertanggung jawab dalam mengelola dan mengoperasikan social media Kata Oma yaitu Instagram & TikTok. Penulis bertugas untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen maupun calon konsumen, mengkomunikasikan nilai yang ingin dibawa perusahaan, *product value* & USP (*unique selling point*) produk saat berkomunikasi dengan konsumen & memastikan bahwa *content* sudah sesuai dengan *editorial plan*. Sebagai *social media admin* penulis menggunakan kata “Kesayangan Oma” dalam memanggil dan berinteraksi dengan konsumen maupun calon konsumen Kata Oma. Hal ini sejalan dengan tujuan Kata Oma yang membawa kehangatan kepada para konsumennya.



Gambar 3.2 Laporan Patroli Instagram Melalui *Whatsapp Group*

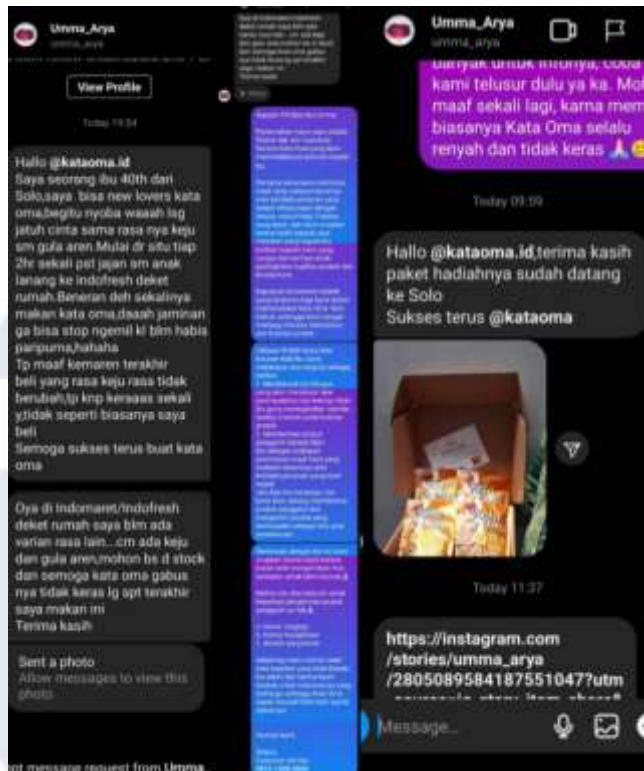
Sumber: Data Perusahaan, 2022

Penulis juga bertanggung jawab untuk menciptakan interaksi dengan *followers* dengan membalas *comment & repost* testimoni konsumen 4 kali dalam sehari yaitu pukul 08.00-08.30, 11.30-12.00, 16.30-17.00 & 20.00-20.30. Penulis juga bertugas untuk membalas pesan dari konsumen atau pihak eksternal melalui *direct message* yang dapat berupa tawaran kerjasama, *complaint* produk, informasi seputar lokasi penjualan, ketertarikan menjadi *reseller*, pemesanan langsung dan meneruskannya ke *whatsapp admin &* testimoni konsumen. Penulis juga bertugas dalam memilih & mengurus pemenang *giveaway*, *quiz* maupun *competition* yang diadakan di Instagram, TikTok & YouTube.



Gambar 3.3 Membalas Pesan Konsumen Melalui *Direct Message* Instagram

Sumber: Data Perusahaan, 2022



Gambar 3.4 Menangani *Complaint* yang Masuk dari *Direct Message* Instagram

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Sebagai *social media admin* penulis juga bertanggung jawab dalam memastikan bahwa konten yang diunggah telah sesuai dengan *editorial plan* yang ada dan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.





Gambar 3.5 *Editorial Plan* Mingguan untuk Konten Harian Kata Oma
 Sumber: Data Perusahaan, 2022

Penulis juga harus memperhatikan setiap konten dengan teliti karena ada beberapa hal kecil yang sering dilakukan revisi. Penulis bertugas juga rutin untuk mengunggah Instagram *feeds* setiap hari senin sampai jumat pukul 18.00 WIB, Instagram *story* setiap sabtu dan minggu, serta TikTok & Instagram *reels* setiap sabtu, minggu & setiap ada promo besar yang ingin dipromosikan. Penulis juga bertanggung jawab untuk mengunggah Instagram *story* terkait peringatan hari besar yang wajib dilakukan pada pagi hari agar momentum tidak terlewat, dan mengunggah Instagram *story* terkait toko dimana Kata Oma dijual. Promo yang diunggah oleh penulis juga harus memperhatikan tanggal berlaku dan selesai promo. Penulis dapat melakukan pengecekan melalui *tasklist* pada *sheets Eevent & Promo* dan juga melakukan pengecekan melalui *editorial plan* konten mingguan.



Gambar 3.6 Kolom Komentar Instagram Feeds Kata Oma

Sumber: Data Perusahaan, 2022





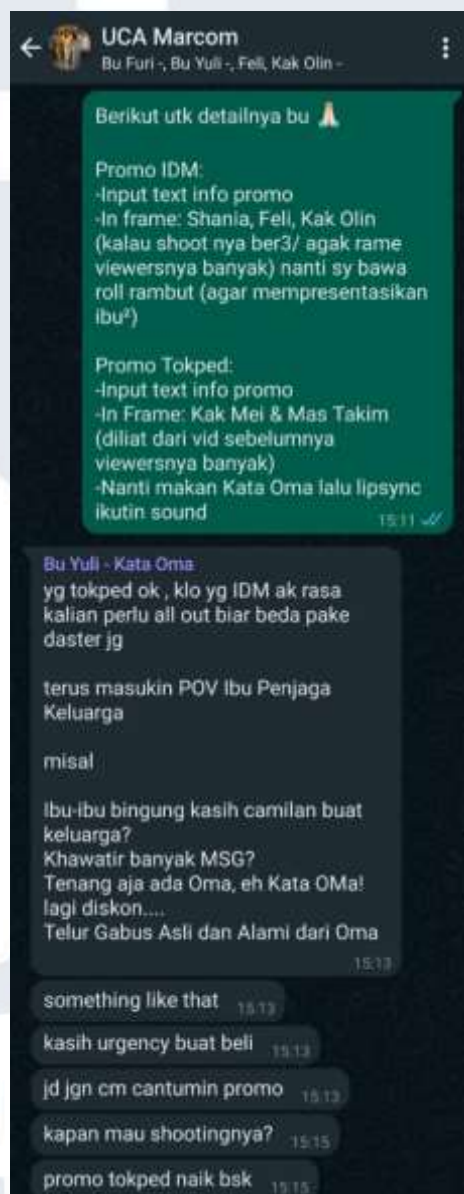
Gambar 3.7 *Repost Instagram Story Testimoni Konsumen Kata Oma*

Sumber: Data Perusahaan, 2022

2. *Content Planning*

Bertanggung jawab dalam membuat perencanaan konten setiap bulan untuk Instagram & TikTok *reels*. Pembuatan konten dalam bentuk video untuk *social media* seperti Instagram & TikTok bertujuan untuk meningkatkan dan menjaga interaksi dengan konsumen maupun calon konsumen. Penulis bertugas untuk memahami tren apa saja yang sedang ramai dan sedang digemari oleh masyarakat diluar sana. Penulis akan melakukan riset terlebih dahulu terkait jenis konten yang ingin dibawakan dan juga memahami platform yang akan digunakan (dalam hal

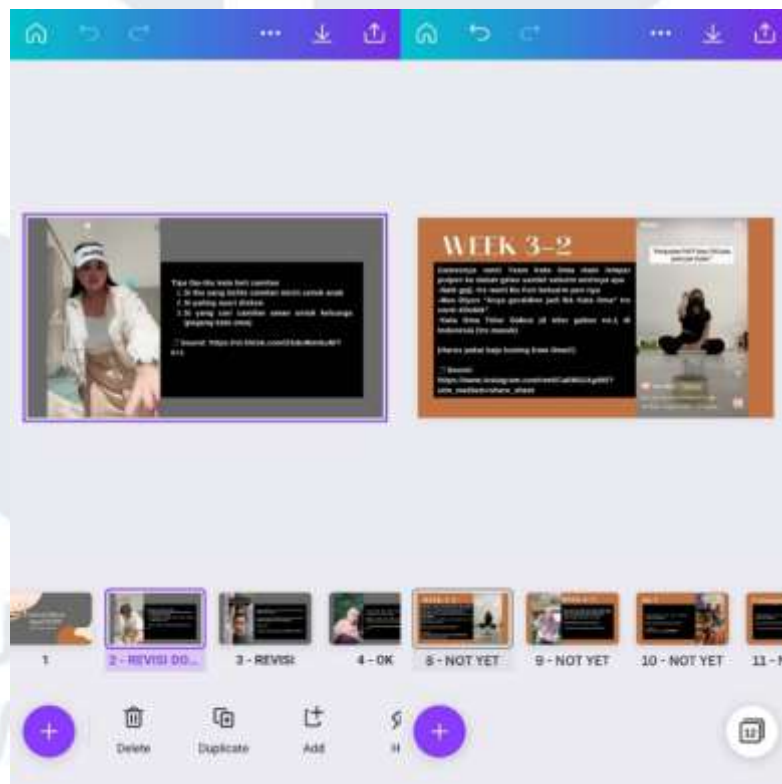
ini Instagram & TikTok). Setelah berhasil memahami tipe konten yang dirasa cocok dengan target market Kata Oma, penulis akan mengumpulkan serta menyusun *editorial plan* yang berisikan konten-konten dalam bentuk *power point*.



Gambar 3.8 Koordinasi dengan Penanggung Jawab Terkait *Content Planning*

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Editorial plan tersebut berisikan contoh video, narasi dalam video, kata atau kalimat apa saja yang harus ada didalam video tersebut, apa saja yang ingin di *highlight* dalam video tersebut & *talent* yang dirasa cocok dengan konten tersebut. Setelah penulis menyusun *editorial plan*, penulis akan mempresentasikan *editorial plan* kepada penanggung jawab. Setelah diperiksa dan mendapat persetujuan, penulis dapat membuat konten tersebut & akan melakukan revisi terkait konten apabila diperlukan. Penulis harus memastikan bahwa *editorial plan* tersusun dengan baik, memastikan jenis konten sesuai & dapat diterima oleh target konsumen Kata Oma.



Gambar 3.9 *Content Planning* Dalam Bentuk *Power Point*

Sumber: Data Perusahaan, 2022

3. Content Creator

Bertanggung jawab dalam membuat konten yang sesuai untuk target market Kata Oma dan juga menarik untuk dilihat. Penulis harus memastikan bahwa konten yang dibuat telah sesuai dengan *editorial plan* yang sudah disusun dan disetujui oleh penanggung jawab. Penulis harus mampu merealisasikan *editorial plan* dan memastikan poin-poin penting yang ingin di *highlight* tersampaikan dengan baik kepada konsumen maupun calon konsumen Kata Oma. Untuk keperluan rekaman, penulis bertugas untuk mencari *talent* yang dirasa sesuai dengan konten tersebut dan menghubungi *talent* untuk proses rekaman. Penulis juga bertugas untuk menjadi salah satu *talent* yang tampil didalam video dan bertugas untuk merekam video tersebut.



Gambar 3.10 Menghubungi Para *Talent* untuk Proses Rekaman

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Setelah proses rekaman sudah selesai, penulis harus memastikan bahwa hasil video sudah sesuai dengan *editorial plan* yang telah disetujui penanggung jawab. Apabila dirasa belum sesuai penulis harus mengulang kembali proses rekaman. Setelah dirasa sudah sesuai, penulis bertugas untuk menyunting dan menyusun potongan rekaman video tersebut sesuai *editorial plan* yang ada. Hasil konten tersebut kemudian akan ditunjukkan kepada penanggung jawab dan akan direvisi bila diperlukan. Penulis harus memastikan bahwa nilai-nilai perusahaan yang ingin ditanam dibenak konsumen juga tersampaikan dengan baik dan konten mampu mencerminkan perusahaan dengan baik.



Gambar 3.11 Penanggung Jawab Meminta Revisi Konten Kepada Penulis

Sumber: Data Perusahaan, 2022

4. Copywriting

Bertanggung jawab dalam membuat materi berupa tulisan dengan tujuan mengajak konsumen maupun calon konsumen membeli produk perusahaan, mengkomunikasikan nilai yang ditawarkan perusahaan & menciptakan interaksi dengan konsumen. Penulis bertanggung jawab untuk membuat *caption* harian untuk Instagram *feeds* setiap hari senin sampai jumat. *Caption* Instagram *feeds* yang penulis buat membagikan informasi dasar yang mendeskripsikan gambar terkait produk dan memberitahu para konsumen maupun calon konsumen Kata Oma terkait hal-hal penting yang ingin di *highlight* dalam *branding* produk Kata Oma Telur Gabus. *Caption* Instagram *feeds* yang dibuat juga mengajak para konsumen dan calon konsumen untuk ikut berkomentar dikolom komentar agar tercipta hubungan yang baik antara Kata Oma dengan konsumen.



Gambar 3.12 *Caption* Instagram *Feeds* yang Dibuat Penulis

Sumber: Data Perusahaan, 2022

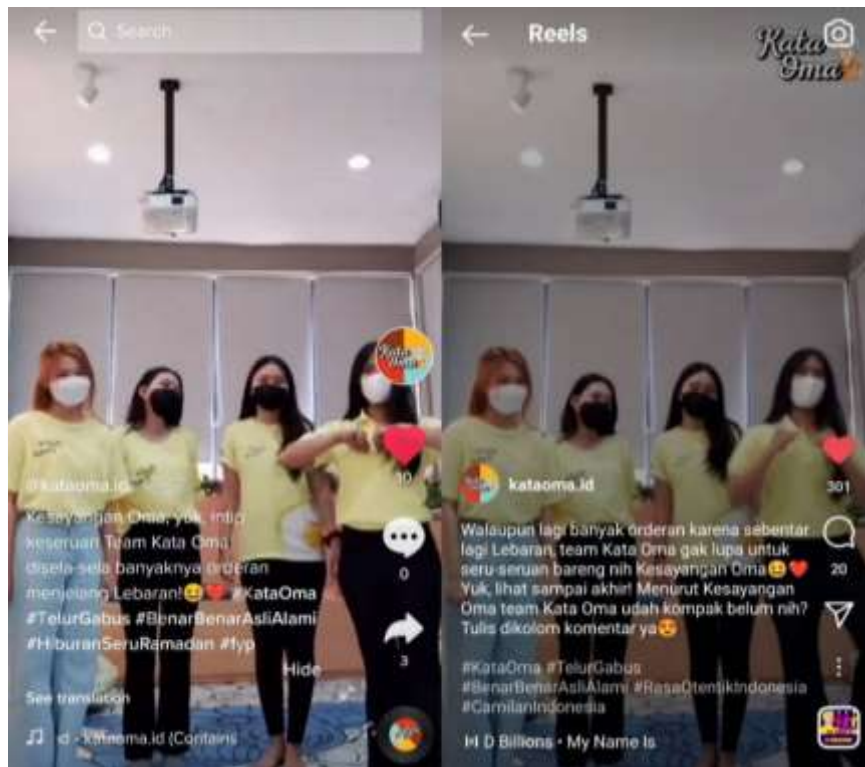
Selain membuat *caption* untuk Instagram *feeds*, penulis juga bertanggung jawab dalam membuat *caption* TikTok & Instagram *reels* setiap sabtu & minggu. *Caption* TikTok & Instagram *reels* yang dibuat penulis mendeskripsikan informasi singkat mengenai isi konten yang perlu konsumen maupun calon konsumen Kata Oma ketahui. Penulis juga mengajak para konsumen untuk ikut berkomentar dikolom komentar guna meningkatkan interaksi antara Kata Oma dengan konsumen. Biasanya penulis membuat *caption* TikTok lebih singkat dibandingkan *caption* Instagram *reels* dikarenakan TikTok membatasi jumlah kata dalam pembuatan *caption*. Penulis juga bertanggung jawab untuk membuat *caption* Facebook setiap senin dan jumat yang berisikan ajakan untuk konsumen dan calon konsumen Kata Oma mengunjungi *website* Kata Oma.



Gambar 3.13 *Caption* Facebook yang Dibuat Penulis

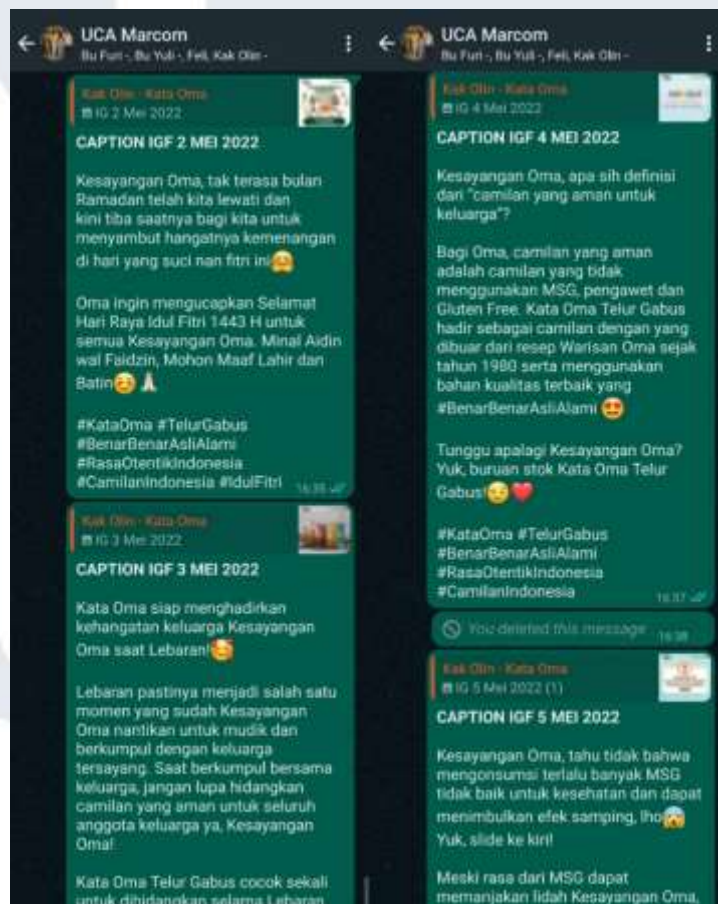
Sumber: Data Perusahaan, 2022





Gambar 3.14 Caption TikTok & Instagram Reels yang Dibuat Penulis
Sumber: Data Perusahaan, 2022

Penulis akan meminta persetujuan kepada penanggung jawab terkait *caption* Instagram feeds, *caption* Facebook dan *caption* TikTok & Instagram *reels* melalui *whatsapp group* yang bersangkutan. Setelah mendapatkan persetujuan atau melakukan revisi terhadap *caption* apabila diperlukan, penulis baru dapat menggunakan *caption* Instagram feeds, *caption* Facebook dan *caption* TikTok & Instagram *reels* tersebut kedalam unggahan *social media* Kata Oma dan harus memastikan bahwa konten, *caption* dan *editorial plan* sudah sesuai.



Gambar 3.15 Penulis Meminta Persetujuan Penanggung Jawab terkait *Caption* Instagram *Feeds*

Sumber: Data Perusahaan, 2022



Gambar 3.16 Penulis Meminta Persetujuan Penanggung Jawab terkait *Caption* Facebook

Sumber: Data Perusahaan, 2022



Gambar 3.17 Penulis Meminta Persetujuan Penanggung Jawab terkait *Caption* TikTok & Instagram *Reels*

Sumber: Data Perusahaan, 2022

5. Partnership & KOL (Key Opinion Leader) Management

Bertanggung jawab untuk mencari dan melakukan pendataan terkait KOL (Key Opinion Leader) Management yang berpotensi untuk mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan yang ingin disampaikan & sesuai dengan target konsumen Kata Oma. Kata Oma menggunakan KOL Instagram & TikTok untuk mendukung USP (unique selling point) Kata Oma, meningkatkan *brand awareness* & *customer trust* serta membagikan informasi mengenai promo yang sedang berlaku. Penulis bertugas untuk mendata Key Opinion Leader tersebut ke dalam *google sheets*, lalu menyajikan data serta contoh video ke dalam bentuk *power point* dan mempresentasikannya kepada penanggung jawab.

No	Nama	Link	Followers	Keterangan	Rate	Alamat	Tanggal Upload	Status	Reach
1	Sibungbung	https://www.instagram.com/sibungbung/	743.000	Foodblogger	2.500.000	Alamat : Taman Permata Buana, Jl Pulau Pariti blok R4 no 3, Puri Kembangan, Jakarta 11510 Nama penerima : yuliali no hp penerima : 0818895195 No rek : Yuliat Ongkodjaya : Danamon 003637735775 No. Kp / Npwp : 3173 0049 0776 0001 / Non npwp	2 Maret 2022	Done	161.188
2	Riry	https://www.instagram.com/hoojcsulfianirhanna/	192.000	Foodblogger	1.500.000	Riry 08176808011, Perumahan Tiban Asri Blok A3 no 7, kel. Harapan Mulya kec. Medan Satria Bekasi 17143	3 Maret 2022	Done	7.934
3	ts.sa.ni.sl	https://www.instagram.com/ts.sa.ni.sl/	54.5k	Kreativ Agency	4.000.000	Cluster Fortune Breeze Blok D5/K15, Fortune District, Graha Raya, RT/RW 05/01, Tajur, Ciledug, Tangerang Indonesia 15152	14 Maret 2022	Done	6.513
4	farasyafara	https://www.instagram.com/farasyafa/	56.100			Perumahan Villa Setia Mekar Jl. Mutiara Tropis 5 Blok C5 No. 15 Tambun Selatan Bekasi 17519	16 Maret 2022	Done	8.458
5	remaulan	https://www.instagram.com/remaulan/	14.1k			Jl. Jatiharas Timur No 31 RT 05 RW 01 Kel. Jatiharas Kec. Mandalajati Kota Bandung (Rumah Pak Didi Belakang Kantor TPU Cikadut) 40195	18 Maret 2022	Done	2.944
6	iraesoon bailey	https://www.instagram.com/iraesoon_bailey/	22.700			Apartment Puri Mansion Town House 2 Unit Th2T Jl Linokar luar barat Kembangan	20 Maret 2022	Done	1.487

Gambar 3.18 Sheets Key Opinion Leader Instagram Kata Oma Maret 2022

Sumber: Data Perusahaan, 2022

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1		Nama	Link	Sosmed	Followers	Viewers		Rate	Rate Nego	ER	Avg Likes & Comments
2	1	@amritsaraje	https://www.tiktok.com/@amritsaraje	Tiktok	5.700.000.000			13.000.000		6,6%	315.274 likes, 1.631 comm
3	2	@hajenghasnalina	https://www.tiktok.com/@hajenghasnalina	Tiktok	31.500	2.524	menunggu jawaban				
4	3	@tantangpend	https://www.tiktok.com/@tantangpend	Tiktok	322.400			1.000.000		0,18%	802 likes, 9 comments
5	4	@nashani	https://www.tiktok.com/@nashani	Tiktok	59.000			650.000		2,13%	1.241 likes, 13 comments
6	5	@nendenstr	https://www.tiktok.com/@nendenstr?lang=id-ID	Tiktok	70.400	1.777	menunggu jawaban			5,06%	3.411 likes, 3.368 comment
7	6	@cyncan	https://www.tiktok.com/@cyncan?lang=id-ID	Tiktok	156.600	1.405.226	menunggu jawaban				
10	9	@neeyanabila	https://www.instagram.com/neeyanabila	Instagram	249.000	19.752		3.000.000	2.000.000	2,70%	likes 6.875, avg comments
11	10	@aleyseean	https://www.tiktok.com/@aleyseean?lang=id-ID	Tiktok	585.000			500.000		1,29%	7.524 likes, 37 comments
12	11	(NAT) @arwibvrvx	https://vt.tiktok.com/ZS5eod73Fu/	Tiktok	1.508.000	813.100			3.000.000	11,71%	89.747 likes, 464 comment
13							1x video Tiktok 4.500.000 Tiktok Video Eksklusif 3.800.000 Tiktok Video Non Eksklusif 3.200.000				
							Additional information - tiktok keep forever - eksklusif video promotes only your brand. Approx 20-45 seconds talking about your brand, can be taped in a day in my life, grocery shopping / shopping, cooking or other video concept to be discussed with brand. - non eksklusif video promotes max 2 other brands including your brand, usually taped in a day in my life video 15-30 seconds				

Gambar 3.19 Sheets Key Opinion Leader TikToc Kata Oma April 2022

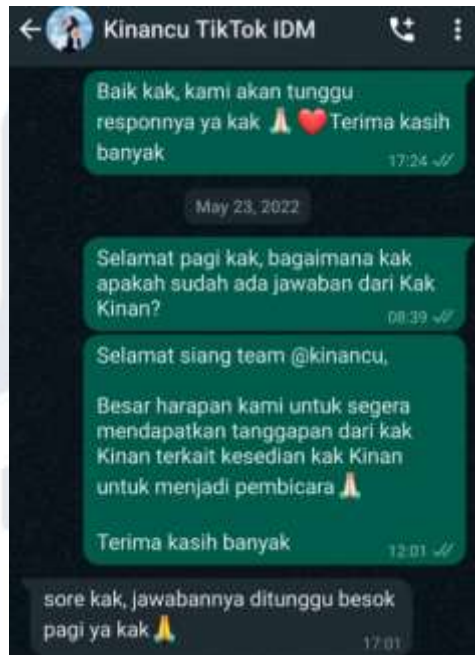
Sumber: Data Perusahaan, 2022

Setelah mendapatkan persetujuan terkait *Key Opinion Leader* yang dirasa cocok dengan nilai perusahaan, penulis akan menghubungi *contact person* dari *Key Opinion Leader* tersebut dan mengajak untuk memulai kerjasama mewakili Kata Oma. Biasanya penulis menggunakan *whatsapp*, *e-mail* dan *direct message* pada Instagram untuk menghubungi *Key Opinion Leader* dan melakukan *follow up* terkait kejelasan kerjasama. Selain bertugas mewakili perusahaan dalam menghubungi agensi terkait, penulis juga melakukan penawaran terkait harga yang ditawarkan dan menanyakan hal tersebut kepada penanggung jawab.



Gambar 3.20 Penulis Menghubungi *Key Opinion Leader* Melalui *Whatsapp*

Sumber: Data Perusahaan, 2022



Gambar 3.21 Penulis Melakukan *Follow Up* Rutin dengan *Key Opinion Leader*

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Setelah berhasil mendapat persetujuan dari kedua belah pihak baik dari penanggung jawab & pihak *Key Opinion Leader*, penulis harus memastikan bahwa *Key Opinion Leader* membuat konten yang sesuai dengan *briefing* yang diberikan dan maksud tujuan perusahaan tercapai. Poin-poin penting yang ingin perusahaan sampaikan kepada konsumen harus tersampaikan dengan baik. Selain itu penulis juga harus terus melakukan pengecekan terkait jadwal unggah konten yang telah ditentukan dan memastikan *Key Opinion Leader* tidak telat dalam mengunggah konten. Penulis memiliki tanggung jawab penuh dalam memastikan agar kinerja *Key Opinion Leader* berjalan dengan baik sesuai dengan keinginan perusahaan.



Gambar 3.22 Penulis Memastikan *Key Opinion Leader* Mengunggah Konten Sesuai Jadwal

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Setelah konten berhasil diunggah oleh *Key Opinion Leader*, penulis harus melakukan pendataan terkait *insight* konten yang sudah diunggah yang bertujuan untuk melihat apakah tipe konten seperti itu & *Key Opinion Leader* yang dipilih cocok dengan Kata Oma dan penonton yang melihat konten tersebut dan menghasilkan *output* yang baik atau tidak. Apabila menghasilkan *insight* yang baik, Kata Oma akan mempertimbangkan untuk bekerjasama kembali dengan *Key Opinion Leader* tersebut. *Insight* para *Key Opinion Leader* akan diminta oleh penulis dalam waktu yang sama dan akan dibandingkan. Penulis juga bertugas untuk senantiasa menjaga hubungan baik jangka Panjang dengan *Key Opinion Leader* & agensi terkait.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Username	Followers	Reach	Impression	Replies	Shares		
2	Juliana Stephanie	91.100	3.555	3.616	1	0	Repeat	
3	Kartika Desi	91.200						
4	Febri Hikaru	103.000	102	106	16	0		
5	Octaviani Wijaya	16.300	3.067	3.162	0	0	Repeat	
6	Livia Ramadhanty	53.700	295	300	0	0	Repeat	
7	Rouline	29.500	4.924	5.049	0	2	Repeat	
8	Vivi Veronica	117.000	9.389	9.389	0	0	Repeat	
9	Joshie Audrey	84.400	2.149	2.160	21	0	Repeat	
10	nurulafz	32.900	203	206	0	0		
11	@yulleyankartikasari	25.000	127	130	14	0		
12	Renka	52.000	100	100	14	0		
13	@Tepin26	51.000	211	212	2	0		
14	@araarlin04	23.100	196	204	34	236		
15	@cynthiasethya	11.300	161	171	9	0		
16	Reka viclyta	45.900	204	227	23	27		
17	lee bella999	71.300	1.005	1.068	0	0		
18	Kamilia Athalia	22.700	160	162	1	0		
19	Bundaramirisa	22.300	46	47	0	0		
20	queenzaandlaniel	30.000	93	95	45	0		
21	chellyn_asthwy	140.000	5.162	5.192	8	12		

Gambar 3.23 *Sheets Insight Key Opinion Leader Instagram Februari 2022*

Sumber: Data Perusahaan, 2022

April 2022 ☆ @ @ Diimpor ke Drive

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan Terakhir diedit beberapa detik lalu

85% 100 123+ Default (An... 10

A1

Influencer TikTok IDM										
	Username	Followers	Rate	CPM	Video	Play	Like	Comment	Share	Tanggal Upload
1	@syaibani_celbi	533.000	2.000.000	43	4d-M28tucwBAAAAB724016v9aRfVvdRg	46.500	1.368	44	0	25 Maret 2022
2	@hawani	226.400	500.000	22	am0u0p0v0e071011023102381813070	25.100	311	7	5	1 April 2022
3	@smitosari	5.709.098	13.000.000	12	0a7bc08tu02022383838088717a...0	1.180.000	98.798	420	471	31 Maret 2022
4	@hestrato	8.208.088	18.500.000	20	0v0a07182747088829287a...0	748.188	87.500	520	83	4 April 2022
5	@roodklorisid	176.400	400.000	188	0v0a0v0a0e070807424716187020100g...	2.438	140	15	0	4 April 2022
6	@vynanissocaaa	226.600	500.000	0	0a0k0v0a0e0v0a071807167187021098a...	70.600	4.780	26	48	15 April 2022
7	@syaibani	196.500	500.000	0	0f0a071818a0.com/20488a125/	16.200	1.047	11	0	16 April 2022
8	@syaibani	318.200	500.000	8	0f0a071818a0.com/20488a125/	312	8	8	0	16 April 2022
9	@syaibani	188.500	500.000	8	0f0a071818a0.com/20488a125/	578	4	8	1	16 April 2022
10	@syaibani	313.500	500.000	8	0f0a071818a0.com/20488a125/	6.688	730	8	2	16 April 2022
11	@syaibani	2.600.098	16.500.000	236	0f0a071818a0.com/20488a125/	70.200	2.760	40	14	14 April 2022
12	@syaibani	385.200	350.000	10	0f0a071818a0.com/20488a125/	36.400	7.150	8	4	14 April 2022
13	@syaibani	1.600.098	3.000.000	24	0f0a071818a0.com/20488a125/	127.088	15.088	180	38	20 April 2022
14	@syaibani	584.000	800.000	31	0f0a071818a0.com/20488a125/	18.200	1.328	17	7	15 April 2022
15	@syaibani	81.798	150.000	29	0f0a071818a0.com/20488a125/	5.088	1.821	4	1	15 April 2022
16	@syaibani	2.408.088	5.000.000	235	0f0a071818a0.com/20488a125/	21.300	1.321	27	4	24 April 2022
17	@syaibani	74.188	0	0	0a0k0v0a0e070807424716187020100g...	518	8	8	1	13 April 2022
18	@syaibani	277.000	500.000	0	0f0a071818a0.com/20488a125/	20.800	815	33	1	23 April 2022
19	@syaibani	286.100	450.000	1	0f0a071818a0.com/20488a125/	740.288	118.000	180	106	25 April 2022
20	@syaibani	243.600	500.000	84	0f0a071818a0.com/20488a125/	7.758	608	8	5	17 April 2022
21	@syaibani	471.000	500.000	8	0f0a071818a0.com/20488a125/	7.714	1.345	23	35	26 April 2022
22	@syaibani	388.200	500.000	8	0f0a071818a0.com/20488a125/	3.528	222	4	7	27 April 2022
23	@syaibani	234.000	500.000	8	0f0a071818a0.com/20488a125/	21.700	215	2	1	27 April 2022

Complaint - Daftar Restoran 21 April - Fix Influencer Zanana - Insight KOL TikTok - Fix Influencer IDM

Gambar 3.24 Sheets Insight Key Opinion Leader TikTok April 2022

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Mei 2022 ☆ @ @

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan Terakhir diedit 5 hari lalu oleh Kata Orna Team

100% 100 123+ An... 10

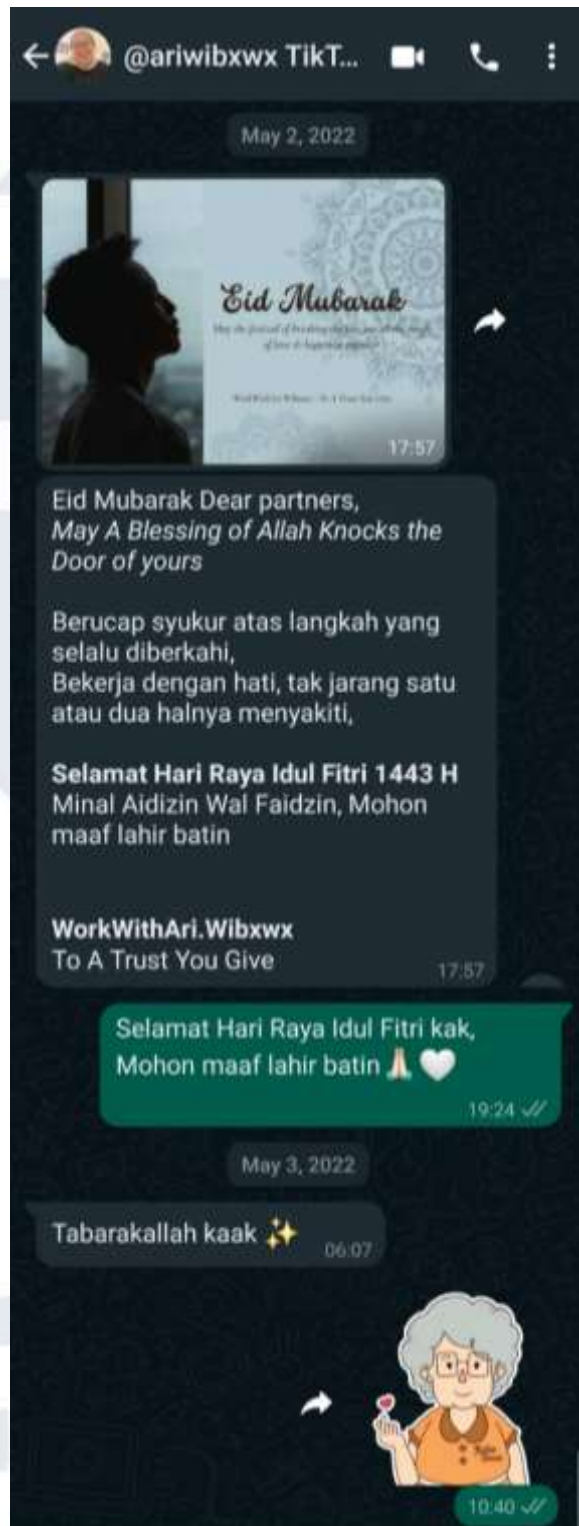
A1

Influencer IG								
No	Username	Followers	Reach	Stiker Tap	Impression	Interaction	Rate	Tanggal Upload
1	@adenafurqon	132.900	3.216	347	3.270	4	1.000.000	25 Mei 2022
2	@dusiemak	30.800	658	11	672	6	350.000	26 Mei 2022
3	@kekecangelata	56.500	8.621	18	9.055	8	1.500.000	31 Mei 2022
4	@mytastemyifa	96.400	1.058	55	1.022	21	750.000	30 Mei 2022
5	@bungadewiani	35.800	5.352	81	5.352	10	250.000	31 Mei 2022
6	@archilia	14.500	1240	8	1243	3	400.000	6 Juni 2022
7	@maoktaviachandra	112.000	3222	8	3222	3	1.000.000	6 Juni 2022
8			23.317	628	23.836	55		

Fix Influencer Tiktok - Insight KOL TikTok - Insight KOL Instagram - Peserta Instagram Competition

Gambar 3.25 Sheets Insight Key Opinion Leader Tiktok Mei 2022

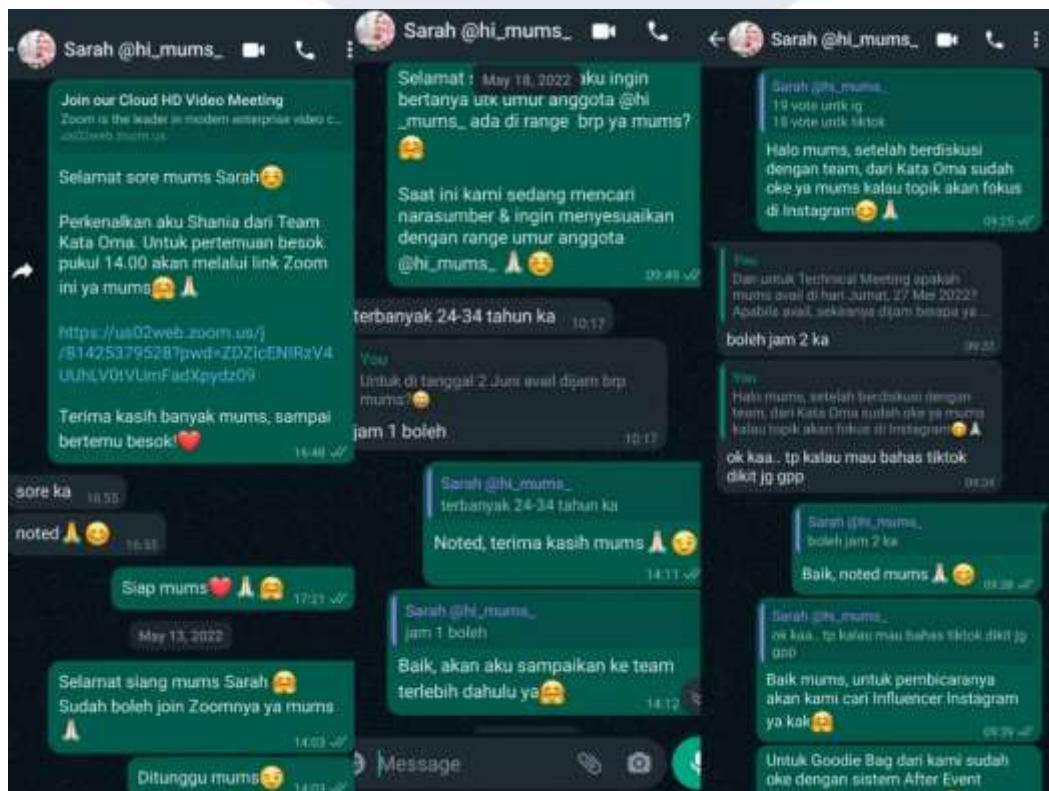
Sumber: Data Perusahaan, 2022



Gambar 3.26 Menjaga Hubungan Baik dengan *Key Opinion Leader* Setelah Melakukan Kerjasama
Sumber: Data Perusahaan, 2022

6. Event Staff

Bertanggung jawab dalam mengawasi berjalannya acara Mammamia yang diadakan setiap bulan secara *online* melalui Zoom dengan komunitas ibu rumah tangga. Penulis bertanggung jawab untuk mencari komunitas ibu rumah tangga yang dirasa sesuai untuk acara Mammamia, mendata, meminta persetujuan penanggung jawab dan menghubungi *contact person* komunitas tersebut. Setelah kedua belah pihak antara Kata Oma dan komunitas telah setuju untuk melakukan kerjasama dengan melakukan acara Mammamia, penulis mewakili Kata Oma juga bertugas dalam berdiskusi terkait hal-hal yang dibutuhkan untuk berlangsungnya acara Mammamia.



Gambar 3.27 Menghubungi Komunitas untuk Acara Mammamia

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Penulis bertanggung jawab dimulai dari persiapan sebelum acara seperti membuat *google forms* terkait pendaftaran peserta dari komunitas, membuat *whatsapp group* dan mengundang seluruh peserta yang telah mendaftar dan memastikan semua peserta berhasil masuk ke *whatsapp group* dan menerima setiap informasi terkait acara Mammamia tersampaikan dengan baik. Penulis juga bertugas untuk membuat *powerpoint*, membuat *games & ice breaking* serta menghubungi & mengumpulkan keperluan narasumber terkait materi yang akan dibawakan.



Gambar 3.28 Membagikan Informasi Kepada Peserta Melalui *Whatsapp Group*

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Saat acara berlangsung penulis juga bertugas untuk mengawasi rangkaian acara agar berlangsung dengan lancar. Penulis bertugas menjadi multimedia yang melakukan *sharescreen* terkait materi pembicara, menjadi *admin chat* yang membalas komentar dan pertanyaan peserta, menjadi *social media admin* yang bertugas dalam melakukan *repost* terhadap Instagram *story* peserta serta menjadi *time keeper* yang memastikan bahwa acara berjalan sesuai dengan waktu di *rundown*. Setelah acara Mammamia selesai, penulis juga bertugas untuk mengurus data yang diperlukan setelah event terkait dengan data diri peserta untuk keperluan pengiriman hadiah dari *games & ice breaking*. Penulis harus memastikan bahwa pemenang dari *games & ice breaking* pada acara Mammamia menerima hadiah dengan baik.



Gambar 3.29 Membuat *Ice Breaking* untuk Acara Mammamia

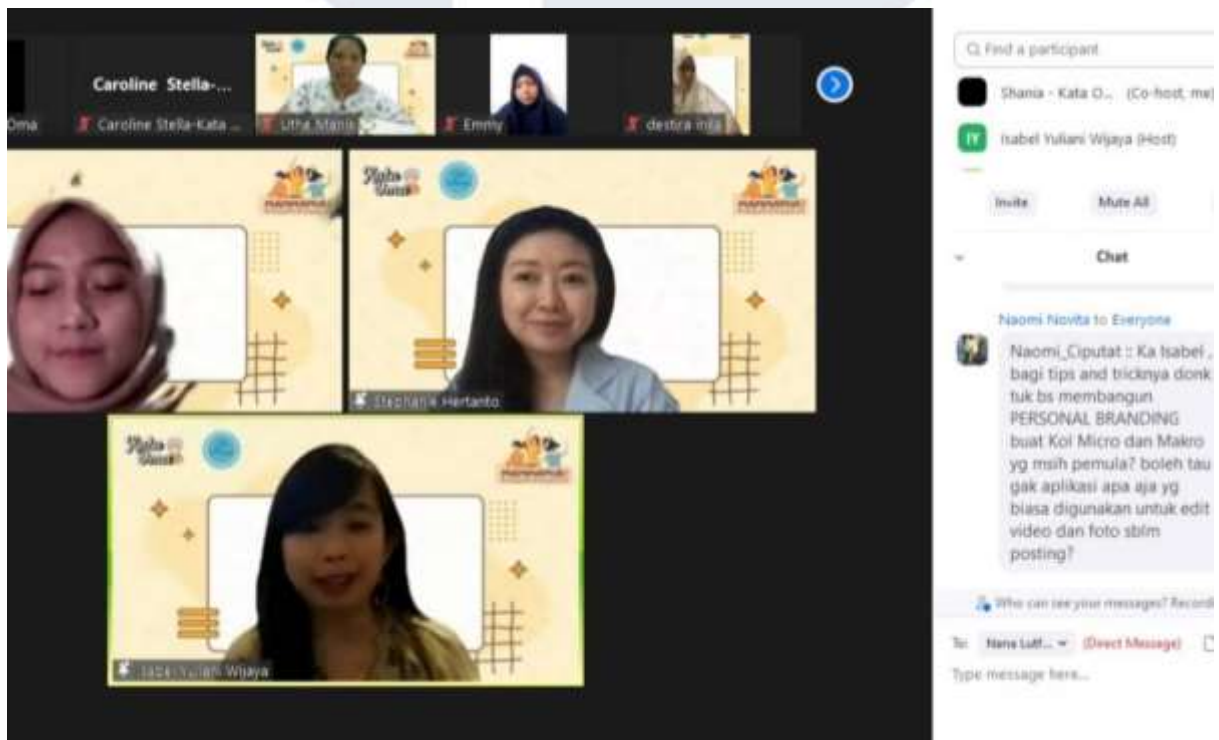
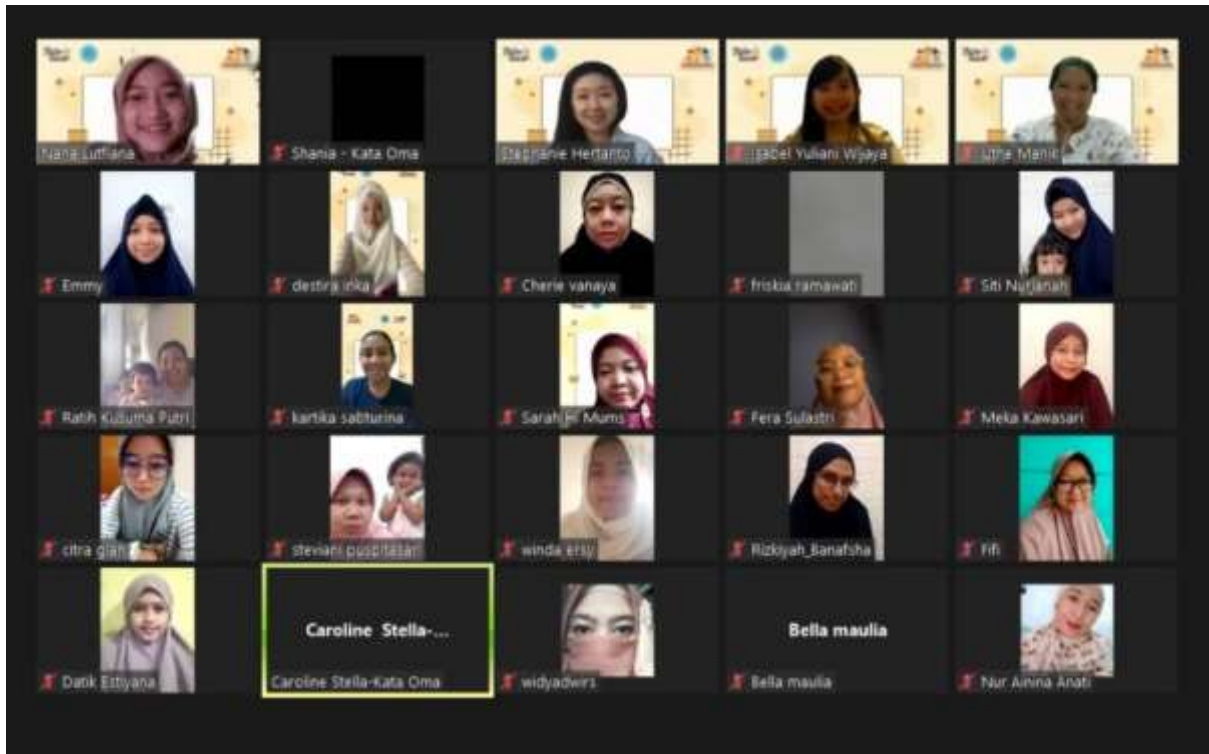
Sumber: Data Perusahaan, 2022



Gambar 3.30 Mengurus Pengiriman *Goodie Bag*

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Dan biasanya setelah acara Mammamia peserta yang datang akan mendapatkan hadiah berupa *goodie bag*, dimana penulis harus berkomunikasi kembali dengan PIC komunitas untuk mengurus hal tersebut. Penulis harus memastikan bahwa *goodie bag* telah dikirim ke pihak komunitas dan akan didistribusikan kepada para peserta yang datang ke acara Mammamia dengan baik.



Gambar 3.31 Dokumentasi Mammamia x Hi Mums

Sumber: Data Perusahaan, 2022

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan kerja magang penulis menemukan kendala sebagai berikut:

1. Prosedur dan hal-hal kecil untuk keperluan yang dibutuhkan *social media admin* diberitahukan secara lisan & belum ada prosedur tertulis. Hal ini menyebabkan resiko terjadinya hal kecil yang sebenarnya penting menjadi terabaikan semakin besar. Seperti saat memilih pemenang *giveaway* atau tata cara menghubungi *Key Opinion Leader* yang tepat menurut perusahaan diberitahukan berdasarkan ingatan seseorang dan ada kalanya hal kecil terlewat untuk disampaikan. Hal ini membuat efisiensi pekerjaan menjadi berkurang karena pekerjaan harus di ulang.
2. Informasi, data & bahan terkait perusahaan yang dibutuhkan untuk kepentingan *social media* tidak disimpan dan dikumpulkan disatu file (seperti *google sheets, google docs, google slides, drive, dll*). Hal ini membuat pekerjaan menjadi terhambat karena harus menunggu bahan dikirimkan terlebih dahulu & peluang untuk tercecer semakin besar.
3. KOL (*Key Opinion Leader*) sulit dihubungi dan sangat *slow response* dalam membalas pesan *whatsapp* atau membalas *email*. Hal ini menyebabkan terhambatnya proses pengajuan kerjasama, sedangkan ada *deadline* terkait pencarian dan pendataan *Key Opinion Leader* yang harus segera penulis penuhi.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemukan oleh penulis adalah:

1. Membuat catatan tertulis terkait prosedur yang dibutuhkan *social media admin*. Termasuk hal-hal detail seperti tata cara yang benar saat memilih pemenang *giveaway*, cara menghubungi *Key Opinion Leader* atau pihak eksternal lainnya, termasuk dalam memberitahukan nilai atau budaya perusahaan yang ingin dibawa saat bekerja.
2. Membuat satu *file* berisi kumpulan informasi, data & bahan perusahaan (*google sheets, google docs, google slides, drive, dll*).
3. Melakukan proses *follow up* secara rutin terhadap *Key Opinion Leader* terkait pengajuan proses kerjasama. Kegiatan *follow up* ini dilakukan secara rutin oleh penulis untuk menanyakan kabar mengenai *progress* kerjasama kepada *Key Opinion Leader* ataupun *agency* terkait.