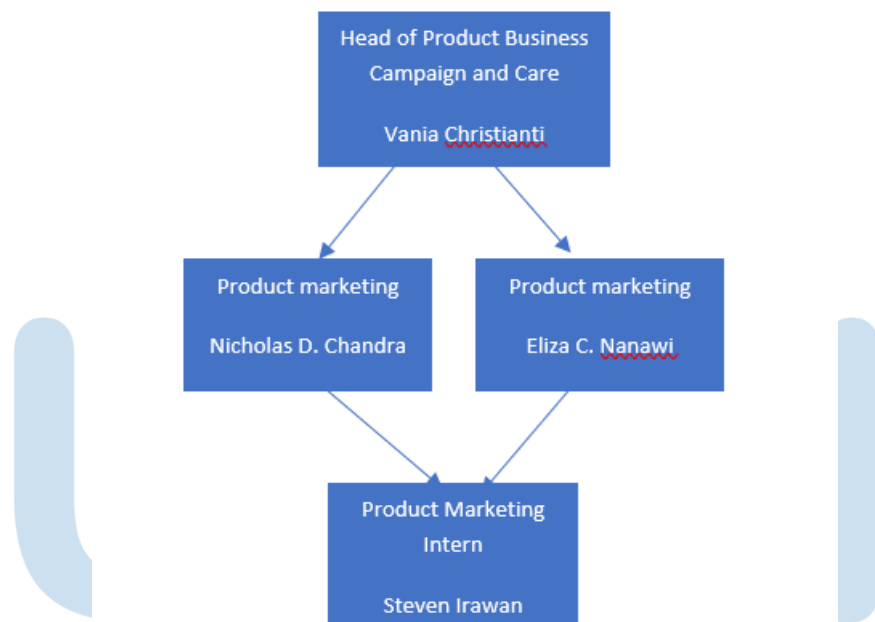


## BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis bekerja sebagai *Digital Marketing Intern* dibawah Divisi *Marketing*. Selama kerja magang, penulis membantu membuat video untuk situs dan sosial media IENGAGE. Seperti riset dan pembuatan aset untuk video, pembuatan animasi untuk video, serta *offline* dan *online editing* video

Selesai mengerjakan tugas, penulis biasa meminta saran dan *approval* dari *Product Marketing*. Bila sebuah video suda di *approve* seluruhnya oleh *Product Marketing*, atau sebuah video sudah pada tahap akhir, biasa ada sebuah *meeting* dengan *Head of product business Campaign and Care* untuk *approval*.



Gambar 3.1 Contoh bagan alur kerja

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Sebagai *Product Marketing* intern, penulis memiliki tanggung jawab untuk membuat beberapa cara yang akan digunakan oleh 1ENGAGE untuk memperkenalkan brand mereka kepada customer. Hal-hal tersebut menyangkut:

1. Membuat dan mengedit video
2. Membuat *pitch deck*
3. Memverifikasi data dalam *website* 1ENGAGE

#### 3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan penulis beragam. Selama kurang lebih 600 jam, penulis membuat video pengenalan 1ENGAGE kepada calon customer dan video tutorial cara penggunaan *website* 1ENGAGE kepada karyawan dan customer. Selain itu, penulis juga membuat pitch deck untuk membantu menjual layanan 1ENGAGE kepada calon customer, dan mengelola situs 1ENGAGE dengan memverifikasi data. Berikut adalah tugas-tugas yang penulis lakukan selama di 1ENGAGE

Tabel 3.1 Tabel berisi tugas yang dilakukan

No.	Tanggal	Nama Tugas	Uraian
1.	24/01/2023 – 03/02/2023	DANA pitch deck	- Membuat campaign planning untuk brand DANA  - Membuat pitch deck berisi campaign planning untuk dipresentasikan ke DANA
2.	06/02/2023 – 10/03/2023	Verifikasi Data	- Memverifikasi data dengan mengecek menghitung data
3.	11/02/2023 – 21/02/2023	Kupu pitch deck	- Membuat campaign planning untuk brand Kupu  - Membuat pitch deck berisi

			campaign planning untuk dipresentasikan ke Kupu
4.	21/02/2023 – 27/04/2023	1ENGAGE <i>video</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>Commercial Video</i> tentang 1ENGAGE</li> <li>- Mencari, mengumpulkan, dan mengedit aset-aset yang penting dalam pembuatan <i>Video</i></li> </ul>
5.	05/04/2023 – 12/05/2023	1ENGAGE <i>Video for Outcome Management</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>Video tutorial</i> tentang penggunaan <i>website</i> 1ENGAGE untuk tim <i>outcome management</i></li> </ul>
6.	15/04/2023 – 22/04/2023	1ENGAGE <i>website Video</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>Video tutorial</i> tentang penggunaan <i>website</i> 1ENGAGE untuk customer</li> </ul>

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

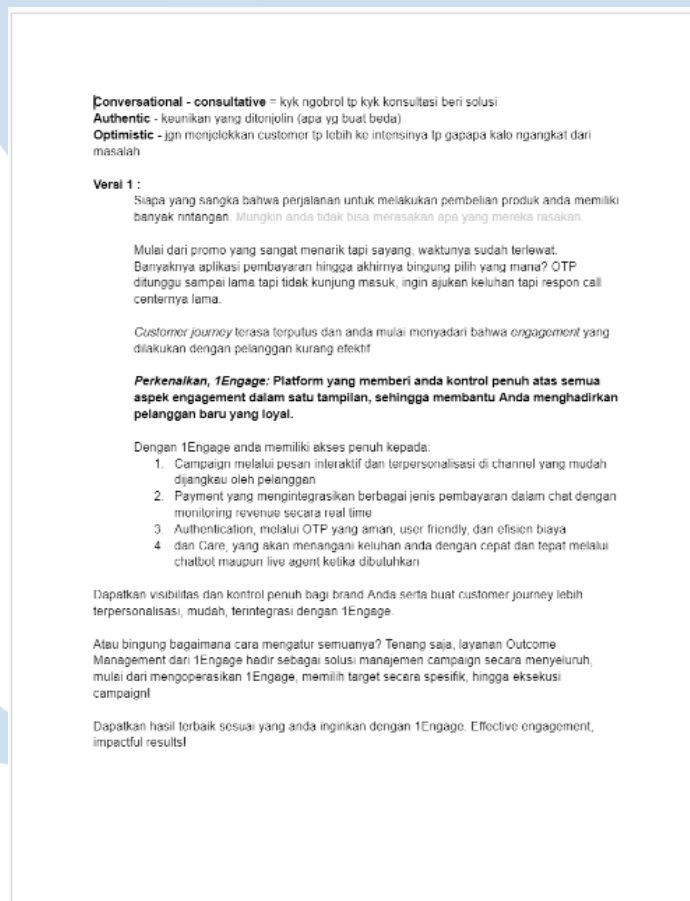
Selama kerja magang, penulis melakukan beberapa tugas yang diminta. Tugas utama penulis merupakan sebagai editor untuk *Video* 1ENGAGE. Selain tugas utama, sebagai *Product Marketing* intern, penulis juga mempunyai beberapa tugas lain. Karena itu, penulis memilih untuk membagikan penjelasan uraian kerja magang menjadi dua, yaitu tugas utama, dan tugas lain-lain.

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

### 3.2.2.1 Tugas Utama

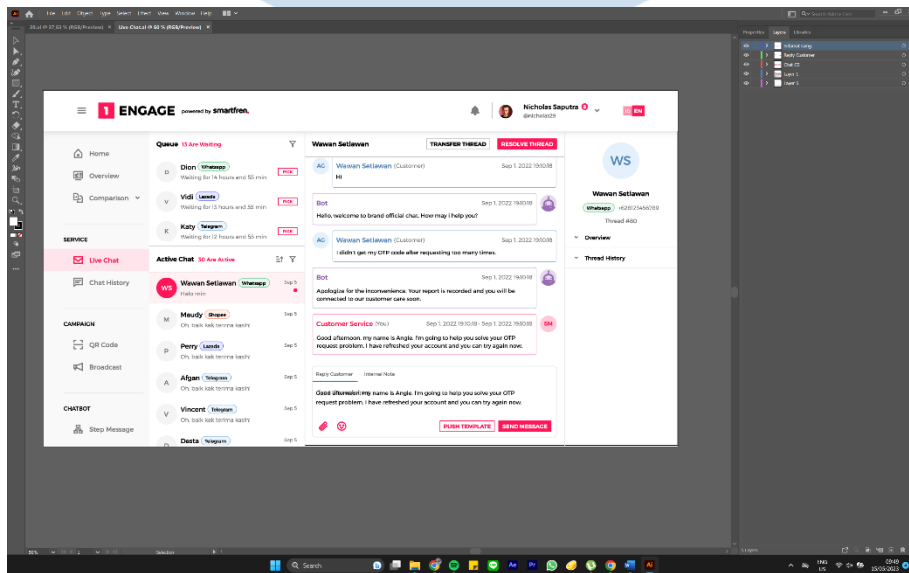
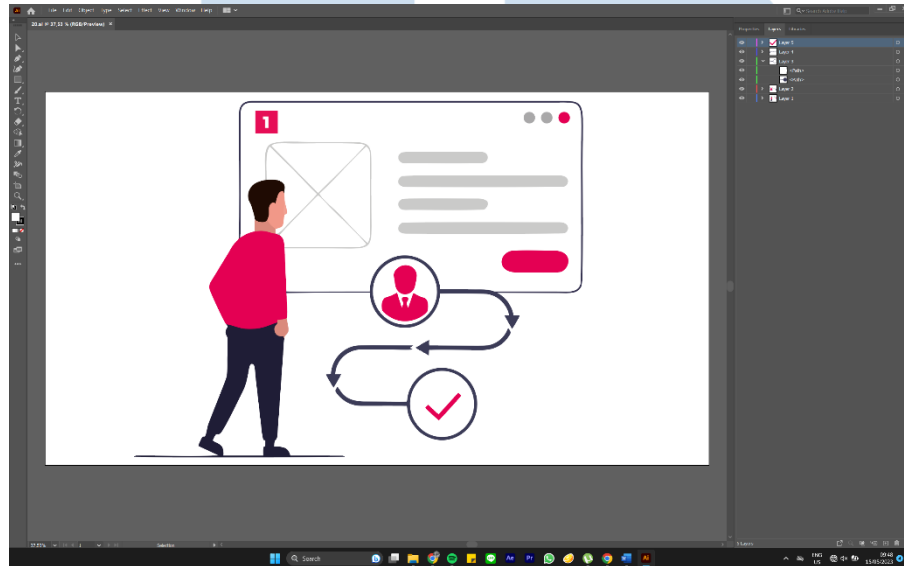
#### 1. 1ENGAGE Video

Proyek utama penulis adalah pembuatan *Commercial Video* brand 1ENGAGE untuk calon-calon *customer*. Sebelum memulai, tim *Product Marketing* dan penulis brainstorming untuk bagaimana video akan berjalan. Setelah beberapa hari, hasil brainstorming merupakan sebuah Video animasi, berdurasi 1,5 – 2 menit, yang bercerita tentang sebuah brand yang kesusahan mendapatkan pelanggan dan menjaga pelanggan tersebut. Kemudian datang 1ENGAGE yang bisa membantu brand tersebut.



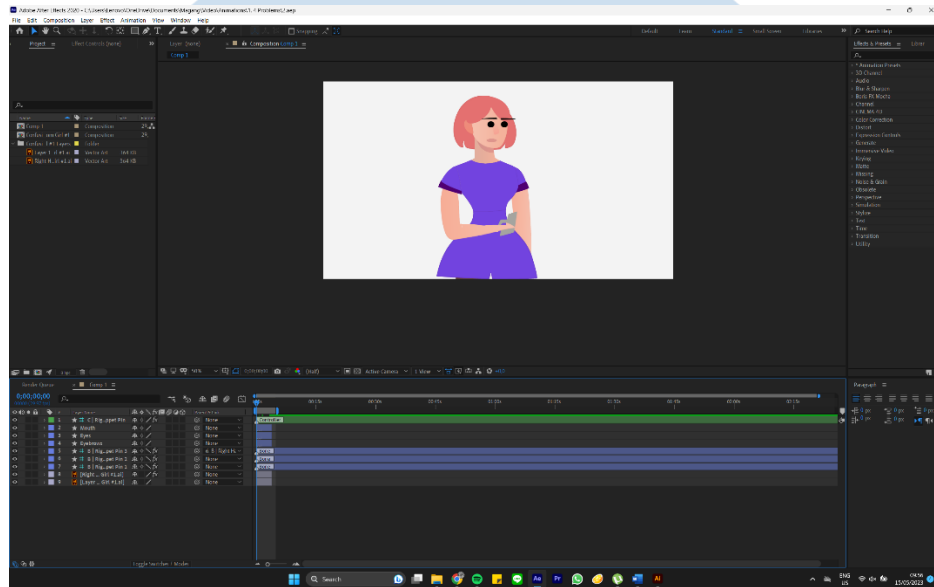
Gambar 3.2. Skrip video

Pembuatan Video dimulai dengan pencarian aset-aset dari internet. Setelah selesai pencarian aset, penulis, dibantu dengan tim *UI/UX*, mulai mengedit aset-aset agar sesuai dengan Video dan setema dengan set yang lain.



Gambar 3.3 dan gambar 3.4 Contoh aset yang dipakai

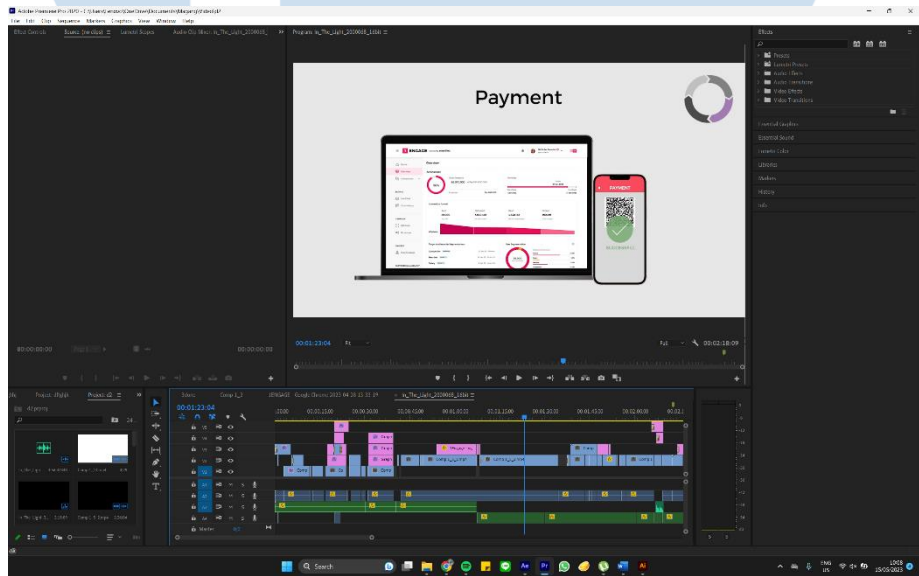
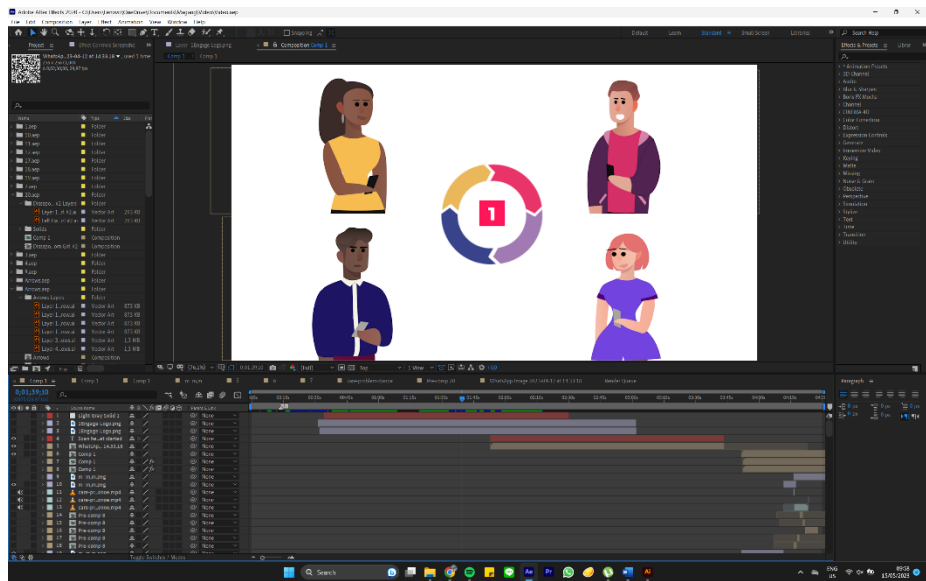
Sambil pengeditan aset, penulis mulai membuat *Video interface* untuk *handphone* menggunakan *website Jitter*. Setelah beberapa *Video interface*, penulis mulai menganimasikan aset-aset yang sudah selesai.



Gambar 3.5 Penganimasian aset

Setelah itu, penulis mulai menganimasikan aset *UI/UX* untuk *interface website* di pc. Setelah semuanya, penulis mulai mengumpulkan semua jadi satu video dan mulai *offline editing*. Setelah *offline editing*, penulis memulai fase *online editing*, dengan memasukkan *background music* dan *voice over* ke video. Setelah selesai, penulis mulai dating ke tim *Product Marketing* untuk saran, dan mengedit ulang sesuai saran.

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

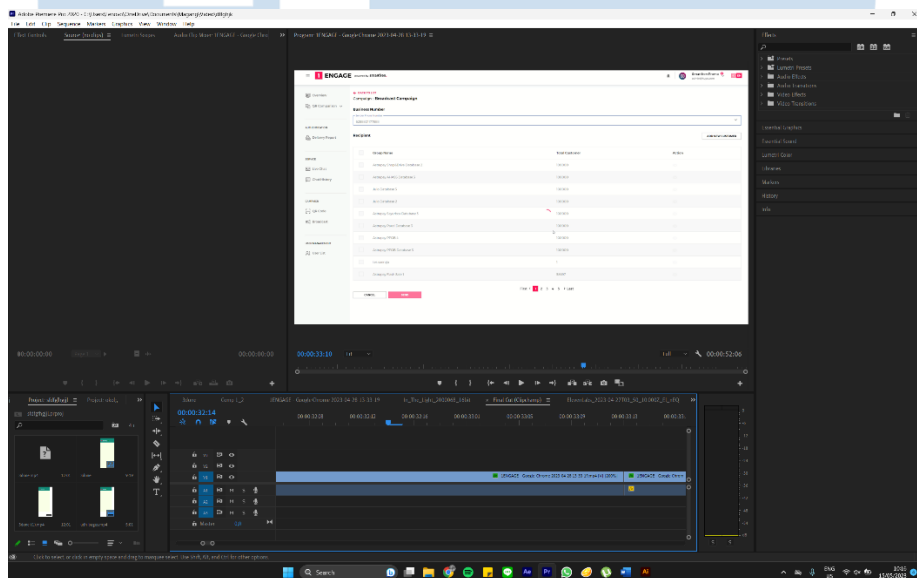


Gambar 3.6 dan gambar 3.7 Proses offline dan online editing

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2. 1ENGAGE Video for Outcome Management

Penulis diminta tim outcome management untuk membuat sebuah *tutorial video* bagi karyawan tim outcome management 1ENGAGE tentang bagaimana cara mengoperasikan *website* 1ENGAGE. Penulis melakukan *screen record* dalam penggunaan *webite* 1ENGAGE sebagai stock video utama untuk 1ENGAGE *Video* ini. Beberapa tambahan ada di sisi animasi, dimana ada tambahan tulisan dan penjelasan terhadap video. Penjelasan dan tulisan dibuat oleh tim *outcome management*

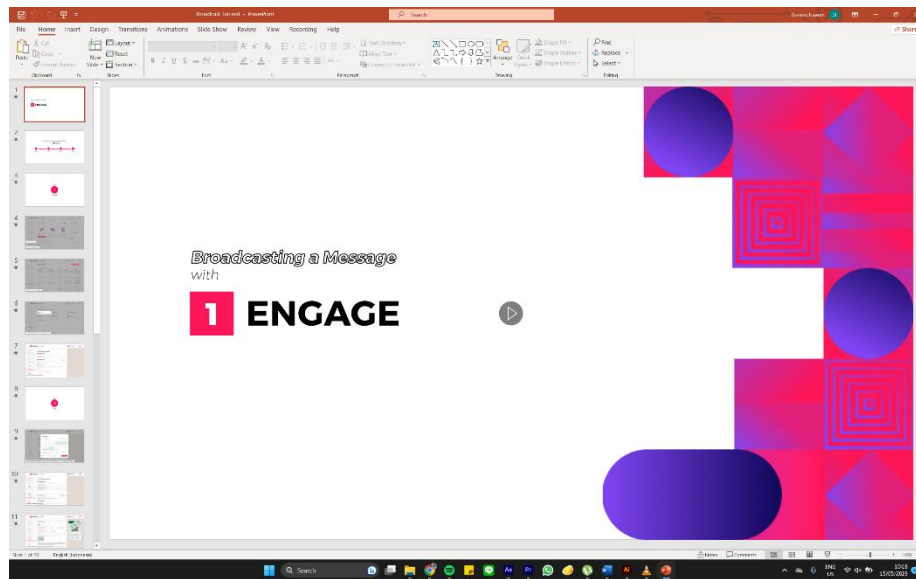


Gambar 3.8 Proses *offline editing*

## 3. 1ENGAGE *website Video*

Tim *Product Marketing* meminta penulis untuk membuat video tentang penggunaan *website* 1ENGAGE untuk customer. Penulis membuat video sesuai dengan video referensi dari tim 1ENGAGE. Video utama didapatkan dari *screen recording*.





Gambar 3.9 Proses *offline editing* (menggunakan *software Powerpoint*)

### 3.2.2.2 Tugas Lain-Lain

Sebagai *Product Marketing* intern, penulis mempunyai beberapa tugas diluar proyek. Sebagai perusahaan yang baru dirintis, dalam penjualan terhadap calon customer, 1ENGAGE masih harus menjual service 1ENGAGE sesuai dengan kemauan calon customer. Sehingga, tim *Product Marketing* harus membuat pitch deck untuk mencoba menjual 1ENGAGE sesuai dengan yang calon customer cari.

#### 1. DANA Pitch Deck

Dalam proyek ini, penulis diminta membuat *campaign planning* pitch deck, dalam bentuk *Powerpoint*, yang akan ditampilkan kepada brand DANA. *Pitch deck* ini merupakan presentasi yang akan membantu tim sales dalam menjual 1ENGAGE kepada brand. Walaupun penulis membuat keseluruhan presentasi, hasil akhir masih perlu masukan tim utama *Product Marketing*.

Sebelum membuat, DANA memberitahu tim kita apa yang mereka inginkan/goal mereka dalam penggunaan IENGAGE. *Goal* DANA adalah meningkatkan jumlah *user* mereka dalam *channel marketing* baru, yaitu melalui *Whatsapp*. Ada 2 *campaign* yang penulis buat. *Campaign* pertama berjudul *PeDhe Banget*. Dalam *campaign* ini, diharapkan jumlah pengunjung bertambah dengan penggunaan diskon. Tak hanya itu, karena ini adalah *offline-to-online experience*, yang berarti penggunaan *QR Code*, diharapkan tempat dimana peletakaan *QR Code* itu berada juga bertambah pelanggan. Untuk lebih lengkap, dibawah tersedia beberapa slide dari *pitch deck*.

## Our Solution

### Campaign Description (Offline)

#### PeDhe Banget (Pake Dana Hemat Banget)

Diskon 20% maks 5rb untuk pembelian pertama dan diskon 10% maks 2rb untuk pembelian kedua dengan minimal transaksi 20rb dengan pembayaran menggunakan DANA

Target : Increase the number of customers payment using DANA = 1 User equal to 2 transaction

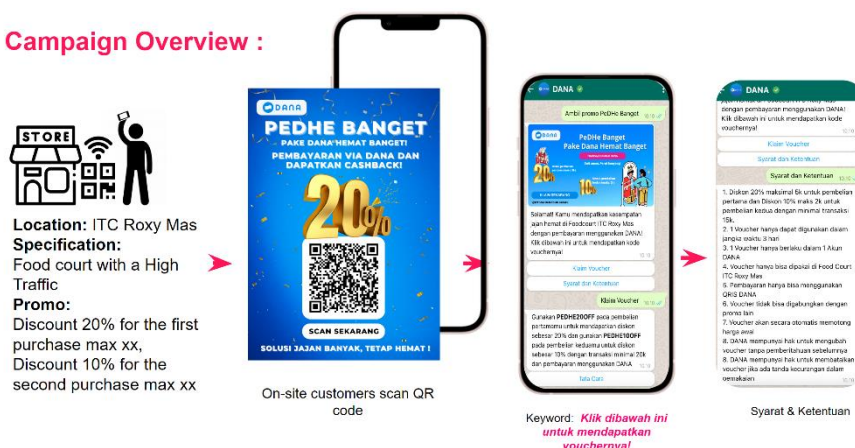
Tagline : Solusi Jajan Banyak, Tetap Hemat!

Keyword: *Scan Sekarang!*

### Campaign Terms & Condition

1. Diskon 20% maksimal 5k untuk pembelian pertama dan Diskon 10% maks 2k untuk pembelian kedua dengan minimal transaksi 15k.
2. Voucher hanya dapat digunakan sekali dalam jangka waktu 1 minggu
3. Voucher hanya berlaku dalam 1 Akun DANA
4. Voucher hanya bisa dipakai di tempat promo berlangsung
5. Pembayaran hanya bisa menggunakan QRIS DANA
6. Voucher tidak bisa digabungkan dengan promo lain
7. Voucher akan secara otomatis memotong harga awal
8. DANA mempunyai hak untuk mengubah voucher tanpa pemberitahuan sebelumnya
9. DANA mempunyai hak untuk membatalkan voucher jika ada tanda kecurangan dalam pemakaian

### Campaign Overview :



NUSANTARA

Gambar 3.10 dan gambar 3.11 Contoh slide dari DANA pitch deck

## 2. Kupu Pitch Deck

Dalam proyek ini, penulis diminta membuat *campaign planning* dalam sebuah *pitch deck*, dengan format *Powerpoint*, yang akan ditampilkan kepada brand Kupu. *Pitch deck* ini merupakan presentasi yang akan membantu tim sales dalam menjual 1ENGAGE kepada brand. Walaupun penulis membuat keseluruhan presentasi, hasil akhir masih perlu masukan tim utama *Product Marketing*.

Brand Kupu mempunyai goal untuk 1ENGAGE dapat meregistrasikan 200.000 user baru dalam Kupu menggunakan data pengguna *Smartfren*. Campaign yang penulis usulkan adalah *message via Whatsapp* untuk user *Smartfren* dengan *copywriting* dibawah. Sms ini diharapkan untuk mendorong user *Smartfren* untuk meregistrasi dalam app Kupu, dengan dorong free kuota internet. Sebelumnya, Kupu sudah bekerjasama dengan 1ENGAGE dengan menggunakan Teknik yang sama. Penulis membantu dengan membuat *copywriting* baru, dan juga planning untuk campaign ini. Untuk lebih jelas, tersedia beberapa gambar dari pitch deck dibawah.

### Campaign Plan

#### Objective

Gain 200k new KUPU registration

#### Audience

SF Userbase

#### Strategy

1. Segmented campaign targeting
2. Tailored campaign for jobseeker
3. Joint campaign with SF Gallery

#### Implementation

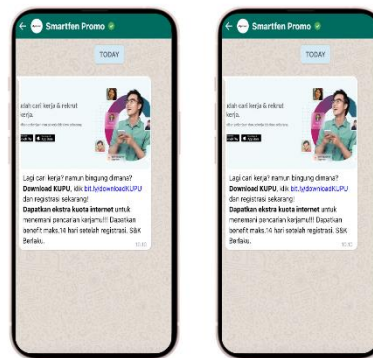
1. Previous campaigns:
  - A. KUPU Pru (Sep-Oct 2022)
  - B. 1 GB (Nov-Dec 2022)
2. Upcoming campaign idea  
Educating audience on KUPU's use

Media: Smartfren Promo WABA

#### Scoring

Metrics CTR, Installs, Registers

Schedule Bi-weekly campaign report

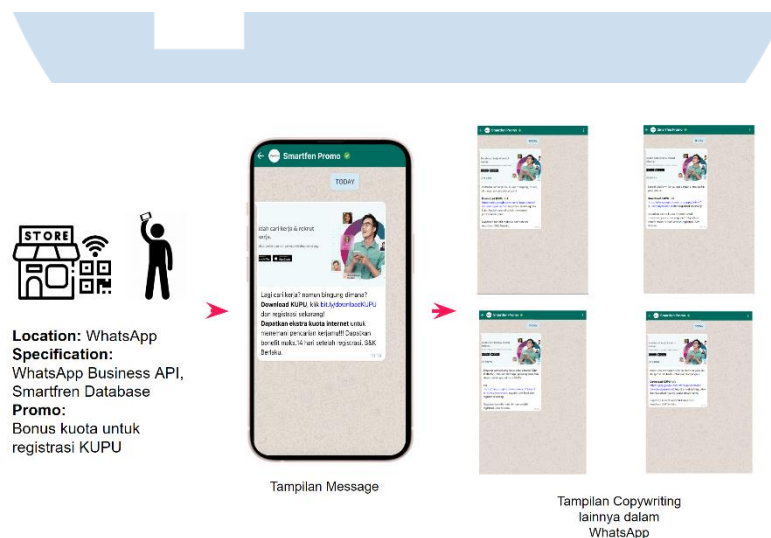


With Sweetener

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

### New Campaign Copywriting:

1. Lagi cari kerja? namun bingung dimana? **Download KUPU, klik xxxx dan registrasi sekarang!** Dapatkan ekstra kuota internet untuk menemani pencarian kerjamu!!! Dapatkan benefit maks.14 hari setelah registrasi. S&K Berlaku.
2. Banyak platform kerja tapi bingung mau pakai yang mana? **Download KUPU, klik xxxx dan registrasi sekarang!** Dapatkan ekstra kuota internet untuk menemani pencarian kerjamu!!! Dapatkan benefit maks.14 hari setelah registrasi. S&K Berlaku.
3. Platform cari kerja itu-itu aja? Bingung, bosan, dan ngerasa gak ada proses? **Download KUPU, klik xxx. Registrasi sekarang dan klaim hadiah spesial untuk menemani pencarian kerjamu.** Dapatkan benefit maks.14 hari setelah registrasi. S&K Berlaku.
4. Bingung cari peluang kerja baru dimana? **Cari di KUPU!** Temukan berbagai peluang baru dan klaim hadiah spesialmu di KUPU. **Klik xxx, segera download dan register sekarang.** Dapatkan benefit maks.14 hari setelah registrasi. S&K berlaku.
5. Bosan cari lowongan kerja di platform yang itu-itu aja? KUPU hadir untuk mendampingi! **Klik xxx, download dan registrasi sekarang untuk mendapatkan hadiah spesial untuk kamu!** Dapatkan benefit maks.14 hari setelah registrasi.S&K Berlaku



Gambar 3.12, Gambar 3.13, dan gambar 3.14

Contoh slide dari Kupu pitch deck

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

### 3. Verifikasi Data

Sebagai *Product Marketing* intern, penulis harus melakukan verifikasi data sebagai cara untuk menjaga keakuratan data yang akan diterima oleh *customer*. Cara verifikasi adalah membandingkan angka yang tertera dengan *Excel* yang diberi, dengan angka yang ada di *website*.

1	REPORT KUPU, DANA, & LAZADA													
2	KUPU													
3	Date	Uploaded	Sent	Delivered	% Delivered	Failed	Valid Sent	Click	%CR (delivered-click)	Install	%SCR (delivered-install)	Register	%SCR (delivered-register)	Segmentation
4	1-Sep	10.037	0/2	0/0	0%	0/0	0/0	0	0%	0	0%	0	0%	
5	2-Sep													
6	3-Sep													
7	4-Sep													
8	5-Sep	10.500	6.154	5.017	85.01%	4.354	10.201	200	4.90%	32	0.55%	19	0.32%	
9	6-Sep	10.507	9.680	9.120	94.23%	0.19	9.040	373	4.05%	36	0.42%	20	0.22%	
10	7-Sep	20.000	9.629	895	9.29%	10.311	11.260	462	34.91%	46	0.63%	24	2.68%	
11	8-Sep													
12	9-Sep	60.002	67.596	63.031	90.95%	12.406	75.237	2.322	3.70%	205	0.53%	110	0.19%	
13	10-Sep													
14	11-Sep													
15	12-Sep	100.003	85.283	83.780	87.90%	4.720	80.520	3.088	3.86%	236	0.29%	130	0.16%	
16	13-Sep	100.005	39.705	2.619	7.25%	60.300	63.119	1.419	51.37%	136	4.82%	52	2.82%	
17	14-Sep	100.007	39.709	2.619	7.25%	100.000	103.181	369	13.90%	66	1.67%	30	1.61%	
18	15-Sep	100.005	87.640	81.203	90.85%	12.357	93.560	8.507	8.11%	306	0.40%	218	0.27%	
19	16-Sep	100.005	68.403	61.067	89.28%	11.601	72.688	4.022	6.64%	196	0.30%	119	0.19%	
20	17-Sep													
21	18-Sep													
22	19-Sep	143.485	94.485	7.017	8.39%	56.023	66.097	5.181	73.21%	307	4.34%	201	2.84%	
23	20-Sep	18.829	7.867	6.909	83.78%	75.653	82.662	6.001	72.38%	249	3.00%	168	2.43%	
24	21-Sep	100.004	6.464	6.041	93.46%	75.537	81.576	1.452	24.70%	111	1.64%	87	1.11%	
25	22-Sep	93.337	13.231	12.350	89.98%	19.091	92.181	1.352	10.78%	89	0.65%	49	0.40%	
26	23-Sep	39.899	0	0	0%	39.899	39.899	240		24		10		
27	24-Sep													
28	25-Sep													
29	26-Sep	140.002	122.537	101.162	82.79%	26.752	128.204	7.118	7.31%	371	0.37%	262	0.20%	
30	27-Sep	80.004	75.188	68.607	91.21%	4.858	73.445	8.697	12.69%	475	0.69%	348	0.50%	
31	28-Sep	100.006	83.042	73.351	88.99%	16.054	86.885	3.321	4.49%	333	0.46%	163	0.25%	
32	29-Sep	80.001	76.269	64.769	84.92%	3.726	69.694	3.743	5.74%	181	0.26%	111	0.17%	
33	30-Sep	100.005	84.988	80.905	95.19%	5.033	95.044	4.422	5.47%	162	0.20%	87	0.12%	
34	September	1.140.025	988.799	723.466	74.18%	91.197	1.367.089	19.83%	19.83%	1.434	0.14%			
35	1-Oct													
36	2-Oct													
37	3-Oct	100.005	84.269	80.201	95.11%	3.476	85.917	4.240	5.27%	161	0.20%	130	0.16%	
38	4-Oct	100.004	81.767	78.159	95.17%	6.287	86.066	2.810	3.23%	162	0.20%	79	0.10%	
39	5-Oct	100.005	92.859	80.659	87.05%	7.348	88.005	8.021	7.48%	260	0.33%	271	0.27%	
40	6-Oct	100.005	81.391	78.711	96.13%	8.614	87.320	5.777	7.09%	242	0.31%	162	0.24%	
41	7-Oct	100.005	89.239	75.049	84.08%	10.765	86.314	8.188	8.18%	292	0.39%	242	0.32%	
42	8-Oct													

Gambar 3.15 Contoh data

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama pengerjaan proyek ini, banyak kendala yang penulis temukan. Dalam bagian operasional, kendala terbesar penulis adalah jarak antara tempat kerja magang dan rumah penulis. Selain itu, di tempat kerja magang tidak tersedia *wi-fi* bagi intern, sehingga penulis harus memakai *mobile data* sendiri

Dalam bagian alur kerja, penulis mengamati kendala dalam jumlah pegawai. Khususnya di divisi penulis sendiri, yaitu *Product Marketing*. Selama kerja magang penulis, penulis harus meminta bantuan terhadap divisi lain. Misalkan penulis menemukan aset yang cocok untuk digunakan, penulis harus menunggu untuk aset itu

diedit divisi *UI/UX* untuk sesuai dengan tema. Proses ini sering menjadi lama karena divisi *UI/UX* sendiri mempunyai pekerjaan mereka sendiri, sehingga mereka tidak bisa focus membantu divisi *Product Marketing*. Karena ini, seringkali penulis harus berhenti bekerja untuk menunggu hasil dari divisi lain.

Dalam bagian bisnis, jumlah user yang menggunakan 1ENGAGE masih sedikit. Dibandingkan dengan kompetitor yang memberikan service yang sama, seperti *Mekari Qontak* dan *Qiscus*, dimana mereka sudah bekerja dengan brand seperti pertamina, Gojek, DHL, Unilever, 1ENGAGE masih kecil, dan karena itu, brand-brand yang besar akan lebih pergi ke kompetitor yang lebih besar.

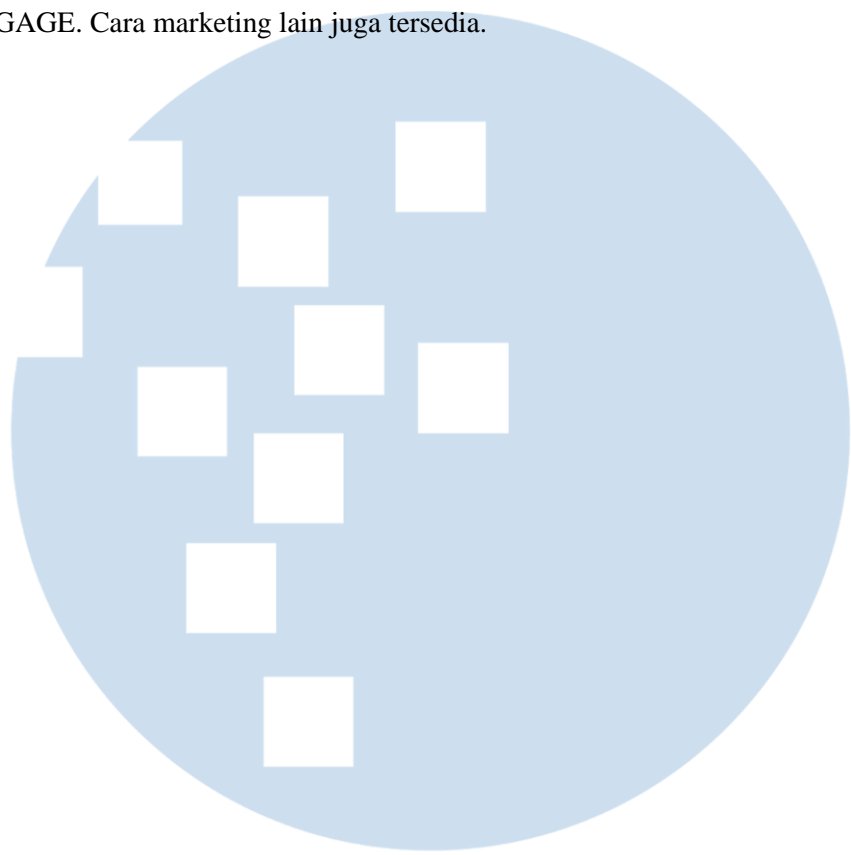
### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Dalam segi operasional, solusi penulis dengan jarak adalah system waktu. Penulis membuat sebuah table dengan jam dan uraian kerja. Dengan itu, tak hanya penulis bisa menjadwalkan dengan akurat beberapa aspek yang membantu penulis agar sampai ke tempat kerja magang dengan cepat, seperti tidur, mandi, dan jadwal transportasi, system ini juga membantu penulis untuk melakukan kerja di tempat magang. Selain itu, perencanaan pengeluaran dan pemasukan penulis juga dicatat dan diregulasi dengan baik. Sehingga, penulis mempunyai uang yang cukup untuk membeli mobile data untuk dipakai dalam kerja magang.

Dalam segi alur kerja, penulis merasa bahwa beberapa divisi harus memfokuskan hal apa yang mereka butuhkan dalam divisi mereka sendiri, sehingga tidak tergantung dengan divisi lain, dan mencari karyawan baru untuk divisi itu sendiri. Seperti dalam divisi *Product Marketing*, penulis merasa bahwa divisi ini perlu untuk mempunyai satu atau dua karyawan khusus untuk pengerjaan kreatif visual, seperti untuk *Video* atau desain grafik.

Dalam segi bisnis, penulis percaya, dengan marketing yang benar, dan analisis terhadap kompetitor yang benar, 1ENGAGE bisa berkembang lebih. 1ENGAGE harus bisa menganalisis apa yang kompetitor tidak punya, atau apa yang kompetitor punya namun tidak terlalu kuat. Dengan menguasai aspek tersebut, 1ENGAGE bisa memposisikan dirinya terhadap brand besar lebih baik. Tak hanya itu, dengan marketing yang benar, 1ENGAGE bisa berkembang. Seperti dengan *mouth-to-mouth*. Misalkan satu *executive* yang bekerja sama dengan 1ENGAGE dan puas, 1ENGAGE

bisa memberi promosi untuk executive tersebut bila bisa membawa brand lain dalam 1ENGAGE. Cara marketing lain juga tersedia.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA