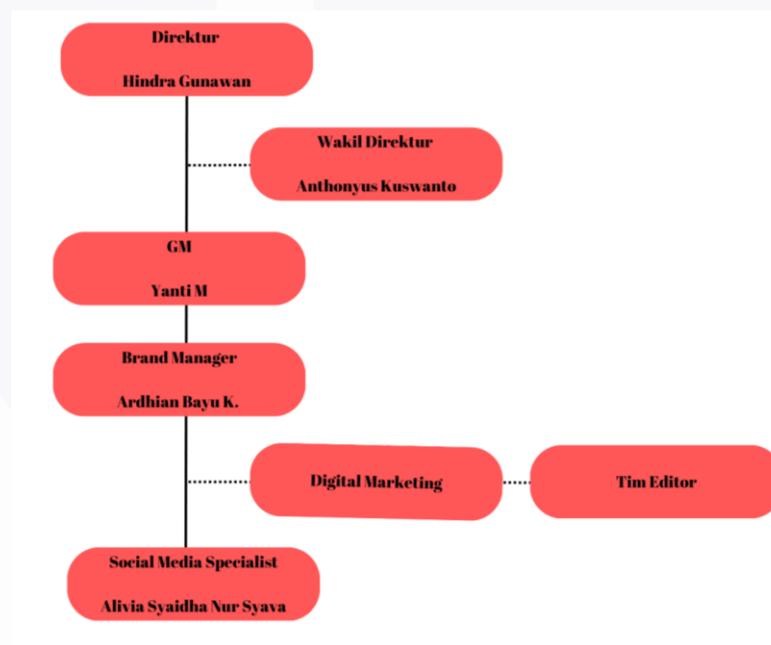


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3. 1 Struktur divisi *branding*

Pada program magang PT Sinotif Indonesia tahun 2023 penulis ditempatkan pada divisi *Branding* sebagai *social media specialist* yang diawasi dan mendapatkan tugas harian langsung dari *Branding Manager* yaitu Bapak Ardhian Bayu K. Penulis juga melaporkan hasil kerja tugas harian pada laman *website* kampus merdeka dan juga *checklist* sebagai pertanggung jawaban dalam mengerjakan tugas harian maupun tugas tambahan seperti project ataupun membuat konten-konten yang dibutuhkan untuk kepentingan PT Sinotif Indonesia. Selain tugas harian, terdapat tugas proyek tambahan yang dikerjakan bersama dengan peserta magang MBKM di PT Sinotif Indonesia yang akan

Peran *Social Media Specialist*....., Alivia Syaidha Nur Syava, Universitas Multimedia Nusantara

dipertanggung jawabkan pada seluruh manajer di Sinotif seperti memberikan *progres report* dan juga pengajuan beberapa usulan ide dari proyek yang diberikan.

Pada tugas harian penulis diberikan tugas untuk menjalankan media sosial dari Sinotif yang berfokus pada Instagram dan juga TikTok dimana penulis setiap harinya diberikan tugas mengatur dan memposting konten untuk mengisi media sosial dari Sinotif Indonesia serta mencari referensi bahan materi konten yang menarik untuk dijadikan bahan posting konten.

### 3.2 Tugas, Uraian dan Teori/Konsep Kerja Magang

#### 3.2.1. Tugas Kerja Magang Pada PT Sinotif Indonesia

Selama proses praktik kerja magang pada PT Sinotif Indonesia penulis berfokus pada media sosial specialist yang berfokus pada konten yang di upload pada media sosial. Berikut adalah penjelasan pekerjaan yang dilakukan penulis pada tugas harian dan juga tugas project:

No.	Order	QTY	FREQ	Feb				Mar				Apr				May			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>INSTAGRAM</b>																			
<b>@sinotif.official</b>																			
1	Comment	40	Daily																
	* 10 explore	10	Daily																
	* 10 instansi	10	Daily																
	* 10 influencer (micro to celebrity)	10	Daily																
	* 10 feed	10	Daily																
2	Like	40	Daily																
3	Creating story	3	Daily																

Peran Social Media Specialist....., Alivia Syaitha Nur Syava, Universitas Multimedia Nusantara

4	Creating caption	1	Daily	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	Post feed/reels	1	Daily	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Propose relate or trending content	3	Weekly			■			■						■			■	
7	Follow account	10	Daily			■	■		■	■					■	■		■	
8	Unfollow personal non-influencer account	20	Daily	■	■			■	■					■	■			■	
<b>Reply Comment IG &amp; FB, DM for FB</b>				■		■		■		■				■	■			■	
<b>Tiktok @sinotif.official</b>																			
1	Comment	20	Daily	■	■	■	■	■	■	■	■								
2	Like	20	Daily	■	■	■	■	■	■	■	■								
3	Propose relate or trending content	5	Weekly			■			■										
4	Follow account	10	Daily	■			■		■	■									
(Syuting konten untuk instagram/tiktok)					■	■		■	■	■	■					■	■		■

**Tabel 3. 1 Pertanggung jawaban Kegiatan Magang**

<b>Job Desk</b>	<b>Supervisor</b>
Membuat konten interaktif pada story Instagram @sinotif.official	Bpk. Ardian Bayu
Memposting konten baik berupa <i>reels</i> ataupun <i>feeds</i> untuk instagram Sinotif	Bpk. Ardian Bayu
Mencari konten yang relevan	Bpk. Ardian Bayu
Membuat <i>caption</i> untuk setiap unggahan pada media sosial Sinotif	Bpk. Ardian Bayu
Membalas komentar pada media sosial	Bpk. Ardian Bayu

Membuat konten	Bpk. Ardian Bayu
<i>Piloting project</i>	Bpk. Hafidz Noor
Memposting konten untuk komunitas	Bpk. Hafidz Noor

**Tabel 3. 2 Supervisor Job Desk**

### **3.2.2. Uraian Tugas Kerja Magang Pada PT Sinotif Indonesia**

Tugas-tugas yang diberikan selama penulis melaksanakan kerja magang selama 800 (delapan ratus) jam kerja memiliki tugas utama mengurus sosial media perusahaan Sinotif Indonesia sehingga dapat mencapai *brand awareness* yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang sebelumnya.

#### **1. Instagram**

Tugas utama penulis dalam periode kerja magang di PT Sinotif Indonesia mengurus segala sesuatu yang berhubungan langsung dengan akun utama Sinotif, dimana penulis mengelola seluruh konten yang akan dipublikasikan setiap harinya seperti mengunggah *story, feeds, reels* dan *captions* pada instagram Sinotif Indonesia. Penulis ditugaskan untuk membuat konten yang dapat menarik interaksi para calon konsumen untuk dapat menarik perhatian dan tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

a. **Brainstorming**

Untuk mengelola sosial media penulis dituntut untuk selalu memiliki ide baru yang dapat menarik perhatian para pengikut pada sosial media atau dapat meluaskan konten untuk bisa muncul pada beranda intagram para pengguna sosial media. Ide-ide yang digunakan pada sosial media Sinotif diunakan untuk keperluan pembuatan konten dan juga pembuatan *Story* interaktif nantinya, sebab itu sebagai sosial media specialist harus mendatangkan ide yang semenarik mungkin. Maka dari itu penulis harus terus mencari tahu mengenai hal-hal yang sedang marak dibicarakan untuk dipertimbangkan menjadi ide konten. Contohnya melihat postingan yang telah terjadwal bisa dikaitkan dengan beberapa hal disekitar dan bisa manjadi bahan konten *story* interaktif nantinya. Selain itu penulis juga melakukan *brainstorming* bersama rekan maang yang juga brada pada divisi marketing untuk membahas ide-ide baru yang mungkin saja belum dipikirkan. Kegiatan *brainstorming* dilakukan setiap hari untuk dapat menyajikan konten-konten menarik dan infomatif.

b. **Feeds Instagram**

Unggah untuk Feeds pada Instagram dilakukan setiap hari oleh penulis hal ini dilakukan agar membuat akun yang dimiliki oleh

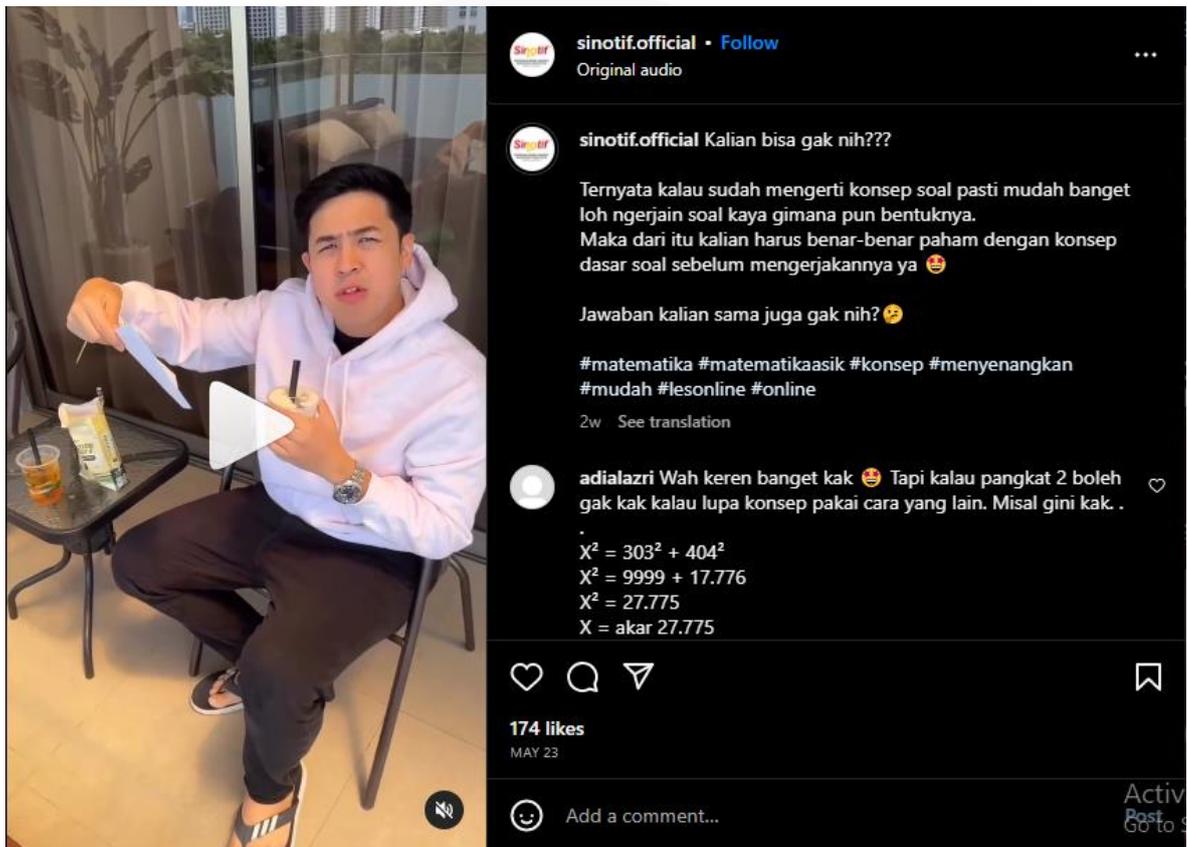


Gambar 3. 2 Feeds Instagram pada @sinotif.official

Sinotif Indonesia lebih aktif dan lebih interaktif memberikan informasi kepada para pengikutnya di media sosial, unggahan ini setiap harinya perlu dilakukan oleh penulis agar nantinya bisa menarik perhatian para konsumen. Konten yang diunggah pada sosial media instagram memiliki beragam informasi, jadi tidak hanya berfokus pada promosi produk dan jasa yang dimiliki oleh Sinotif Indonesia tim media sosial juga mengunggah konten yang berhubungan dengan fakta-fakta untuk yang ada terutama yang berhubungan dengan bidang Matematika, fisika dan juga Kimia. Hal ini dilakukan untuk memberikan informasi baru kepada para pengikut media sosial Sinotif Indonesia, selain fakta unik konten-konten yang diunggah terkadang adalah informasi jenjang karir untuk para peminat dalam bidang ilmu eksakta.

### c. *Captions Instagram*

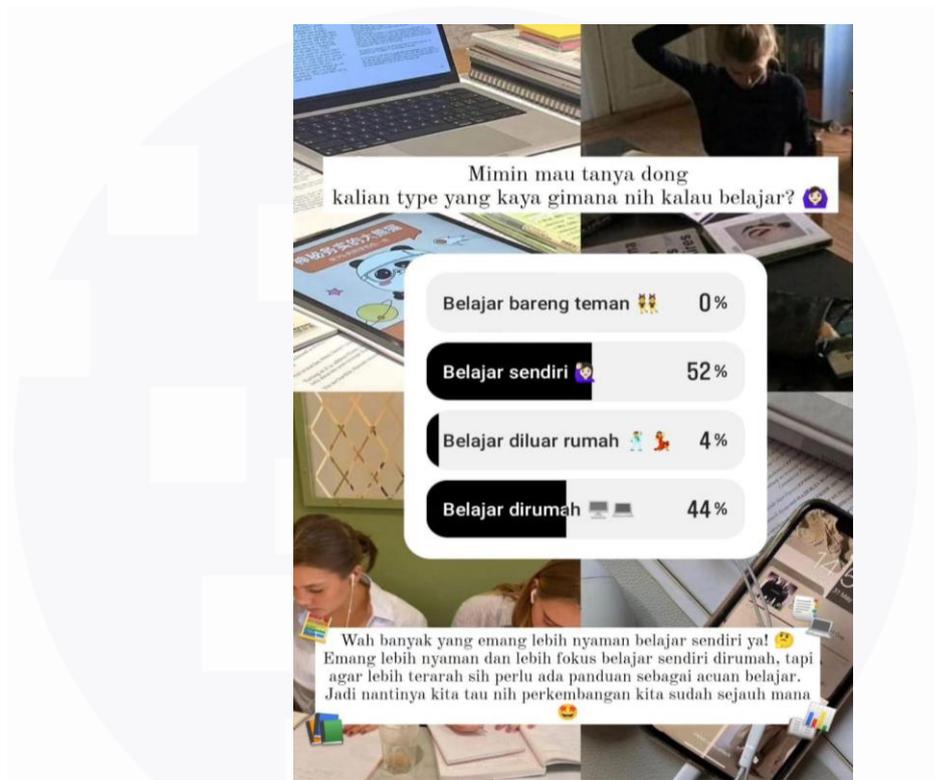
Jika sebelumnya mengunggah konten pada Instagram maka penulis juga harus bertanggung jawab pada keterangan unggahan yang harus diunggah pada setiap konten. Keterangan pada unggah nantinya bisa memperjelas maksud dan tujuan konten tersebut diunggah karena dapat melengkapi informasi sehingga dapat lebih jelas ketika diterima oleh para pengikut media sosial Sinotif Indonesia. Selain itu penulis juga harus mencari tagar agar membantu konten tersebut naik secara alami, contohnya pada konten *Remix* (memadukan video orang lain dengan video yang kita buat) dapat mencapai 17 (tujuh belas) ribu penonton.



**Gambar 3. 3 Contoh *Caption* dan Tagar pada postingan**

#### **d. Membuat *story* interaktif**

Jika unggahan pada *feeds* adalah untuk memberi informasi kepada para pengikut, penulis juga menjadikan media yang ada pada Instagram dapat menjadi hal yang menarik bagi para pengguna dimana pada fitur *story* Instagram karena penulis dapat memanfaatkan fitur pendukung seperti *voting*, *quiz*, *polling*, *questions*, dan lain-lain. Faktor ini sangat berpengaruh karena dapat lebih mudah membuat interaksi secara langsung dengan pengikut pada media sosial Sinotif. Konten pada media ini penulis lakukan 3 (tiga) kali dalam sehari. Pada media ini penulis juga dapat meneliti bagaimana perilaku dari market segment yang dapat digunakan untuk menjadi bahan pertimbangan konten maupun dapat dijadikan informasi kajian untuk perusahaan mengambil tindakan selanjutnya.



**Gambar 3. 4 Konten Story pada Instagram @sinotif.official**

**e. Comment dan like beberapa akun**

Untuk membantu menaikkan secara organik penulis juga mengomentari beberapa postingan instansi, beberapa tokoh yang berpengaruh dan lainnya. Komentar pada akun-akun ini nantinya juga dapat menarik perhatian bagi para pengikutnya contohnya mengomentari beberapa unggahan pada kementerian pendidikan, tokoh yang memiliki prestasi atau bahkan pesaing dari perusahaan sendiri. Penulis setidaknya mengomentari 40 (empat puluh) kali dalam sehari pada akun yang berbeda.



**Gambar 3.5** Komentar Pada Salah Satu Akun *Influencer*

**f. Menjadi *talent* pada beberapa konten media sosial**



**Gambar 3.6** *Talent* Konten Pada Sosial Media Instagram

Sosial media sangat penting perannya dalam meningkatkan *brand awareness* dalam hal ini tentu saja sangat dimanfaatkan secara maksimal dengan cara membangun citra perusahaan dimata

Peran *Social Media Specialist*....., Alivia Syaidha Nur Syava, Universitas Multimedia Nusantara

konsumen agar dapat menaikkan *purchase intention* oleh karena itu citra brand sangat penting dimana pada media sosial tentunya penting untuk melihat latar belakang dan wajah perusahaan. Maka dari itu citra yang dibentuk melalui konten yang dihadirkan akan sangat amat menentukan. Konten yang dihadirkan pada media sosial Sinotif didapatkan dari saran dan juga melihat hal-hal yang sedang marak terutama pada bagian edukasi.

**g. Edit konten**

Beberapa konten untuk sosial media penulis melakukan *editing* untuk merapikan beberapa konten yang masih perlu untuk direvisi, contohnya pada postingan *reels* Instagram perlu penyuntingan Kembali agar durasi yang ada pada konten nantinya dapat sesuai, selain itu pengeditan juga dilakukan untuk menampilkan konten pada *instastory* harian dimana konten ini diunggah setiap harinya, terkadang konten-konten ini memerlukan editing pada beberapa aplikasi untuk menampilkan konten yang dapat menarik dan juga sesuai dengan format pada *story* pada unggah yang diinginkan.

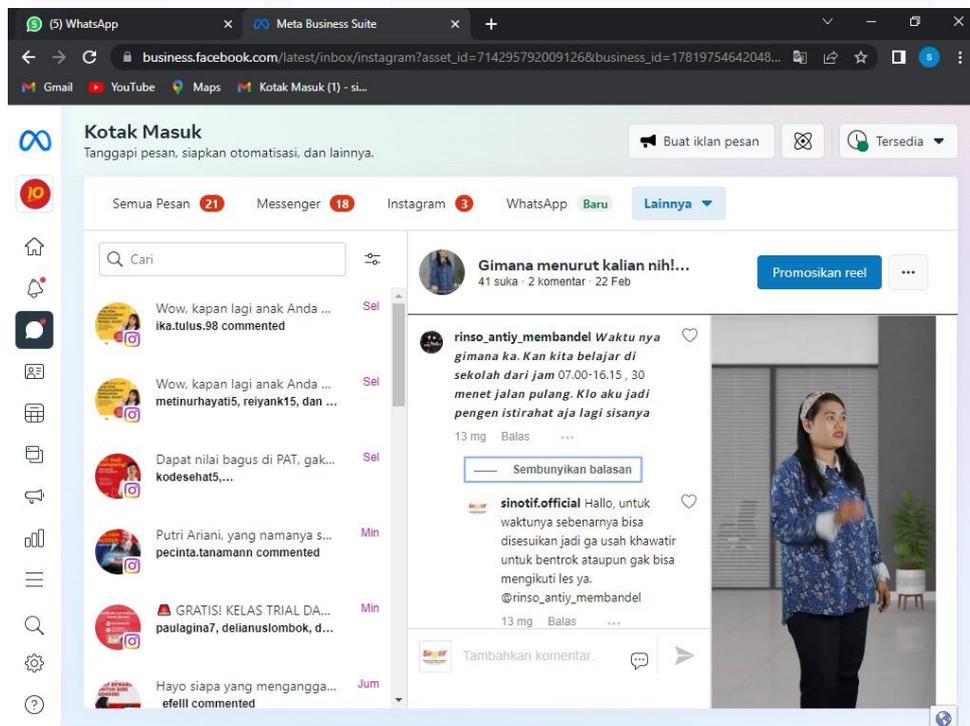
**h. Piloting Project**

Selain tugas harian perusahaan juga memberikan tugas proyek untuk membuat suatu komunitas belajar yang nantinya akan dinaungi oleh Sinotif Indonesia, komunitas ini telah terbentuk pada salah satu aplikasi yang marak digunakan untuk para anak muda. Tim pada proyek ini sepakat menggunakan Discord untuk komunitas belajar ini, dikarenakan mudahnya untuk mengatur bagaimana konten yang akan dihadirkan kedepannya dan juga lebih mudah untuk orang luar yang akan ingin masuk dan bergabung dengan chanel ini nantinya. Peranan penulis dalam piloting project adalah membantu merumuskan ide pembuatan, membantu mempromosikan komunitas pada media sosial, juga membantu dalam memberikan konten yang ada pada media sosial ke discord yang dibuat untuk komunitas belajar ini.

**i. Membalas komentar pada Instagram Sinotif Indonesia dan mencari pelanggan lama**

Penulis bertanggung jawab untuk membalas komentar setiap postingan yang diunggah dan menarik perhatian akan mengundang orang yang melihat konten dari Sinotif akan berkomentar, maka dari itu penulis ditugaskan untuk merespon komentar-komentar yang ada pada kolom konten yang sudah diunggah agar media

sosial perusahaan dapat menaikkan pengaruh untuk menaikkan *brand awareness* dan media sosial juga dapat membuat citra perusahaan terlihat aktif juga responsive, hal ini yang bisa menarik perhatian para calon pelanggan. Selain itu penulis juga bertanggung jawab untuk mencari pelanggan yang belum sempat tersentuh sepenuhnya namun tertarik pada penawaran yang dilakukan contohnya jika seseorang sudah bertanya mengenai paket yang ditawarkan perusahaan dan setelah itu tidak terjadi kelanjutan makan penawaran Kembali akan dilakukan oleh penulis untuk menawarkan Kembali kepada calon pelanggan tersebut.



**Gambar 3. 7 Kolom Komentar pada akun Instagram**

### 3.2.3. Teori/Konsep yang Relevan dengan Kerja Magang

Digital marketing melibatkan penggunaan teknologi digital dimana pada saat ini media digital yang paling marak adalah sosial media untuk memasarkan produk atau jasa kepada konsumen yang akan disasar. Di bawah divisi brand penulis dapat mengetahui konsep marketing yang dapat langsung diaplikasikan secara langsung terutama pada bagian sosial media dan juga *market segment*

*Peran Social Media Specialist.....*, Alivia Syaidha Nur Syava, Universitas Multimedia Nusantara

sehingga dapat mengetahui bagaimana teori yang sudah dipelajari pada semester sebelumnya dapat diterapkan dengan sangat baik.

Berikut ini adalah beberapa teori yang relevan dalam digital marketing yang dipakai dan relevan semasa pelaksanaan kerja magang pada PT Sinotif Indonesia :

1. Teori perilaku konsumen: Teori ini menjelaskan tentang bagaimana perilaku dan keputusan konsumen dalam memilih dan membeli produk atau jasa. Dalam dunia digital marketing sendiri, teori ini dapat digunakan untuk memahami konsumen dan bisa juga menjadi acuan untuk menemukan strategi yang tepat dalam pemasaran produk nantinya.

Teori ini dapat relevan dengan beberapa tugas pada media sosial, pada PT Sinotif Indonesia memiliki target orangtua yang memiliki anak namun memiliki kesibukan lainnya. Hal ini membantu penulis untuk memilah konten mana yang sesuai untuk dijadikan bahan materi pertimbangan untuk konten agar lebih sesuai jika dibaca oleh para pengikut di media sosial, misalnya pada contoh unggahan berikut ini.



**Gambar 3. 8 Konten Feeds Sinotif**

Sumber : Instagram official Sinotif

Peran *Social Media Specialist*....., Alivia Syaidha Nur Syava, Universitas Multimedia Nusantara

2. Teori persepsi: Teori ini menjelaskan bagaimana konsumen bisa mempersepsikan informasi dan membuat keputusan berdasarkan persepsi mereka. Dalam digital marketing hal ini berpengaruh pada jasa yang akan ditawarkan pada konsumen, dengan cara membangun persepsi yang baik dengan cara memberikan konten edukasi dan juga beberapa testimoni untuk memberikan kepercayaan pada produk yang ditawarkan sehingga bisa menarik rasa penasaran dan ingin mencoba pada pangsa pasar yang dituju. Dimana faktor harga dan budaya disebut salah satu faktor yang mendorong konsumen memiliki ketertarikan pada suatu produk atau jasa yang ditawarkan (Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Abraham Koshy, & Mithileshwar Jha, 2013)



*Gambar 3. 9 Contoh Konten Feeds Sinotif*

Sumber : Instagram official Sinotif

Seperti postingan di atas, konsumen tertarik dengan adanya garansi jika dirasa tidak cocok ketika mengambil paket bimbingan belajar di Sinotif, maka dijamin akan menerima uang garansi. Pada postingan ini membuat kepercayaan dan juga menimbulkan rasa ingin mencoba dan tertarik pada layanan yang ditawarkan oleh Sinotif.

3. Teori branding: Teori ini menjelaskan tentang bagaimana merek dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku konsumen. Dalam digital marketing, teori ini digunakan untuk membangun dan memperkuat merek melalui strategi pemasaran yang tepat. Disebutkan bahwa salah satu aspek penting dalam brand management adalah identitas merek, komunikasi merek, dan pengalaman merek (Tilde Heding, Charlotte F. Knudtzen, & Mogens Bjerre, 2020). Hal ini membuktikan bahwa hubungan antara persepsi dan perilaku konsumen nantinya dapat berpengaruh pada identitas merek yang dimiliki perusahaan, maka dari itu konten yang diatur pada media sosial harus memiliki identitas seperti menghadirkan keunggulan dan juga konsisten dalam memberikan konten edukasi dan juga informatif karena nantinya hal ini membantu dalam meningkatkan *brand awareness*.



**Gambar 3. 10 Konten Edukasi**

Sumber : Instagram official Sinotif

Konten yang dihadirkan dalam bentuk *remix* yang dikemas secara menyenangkan agar menimbulkan kesan santai tetapi tetap serius dan juga tetap membawa konteks edukasi didalamnya. Konten yang dikemas secara fun dapat menarik banyak perhatian untuk menonton dan juga penasaran pada pengunggah video reels yang diunggah, sehingga dapat menarik penonton untuk mengetahui apa itu bimbel Sinotif.

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Kendala-kendala yang terjadi pada penulis selama proses magang :

1. Terjadinya beberapa kendala seperti kendala pada komunikasi antara penulis dan juga *supervisor* karena tidak berkomunikasi secara langsung dan juga kurang melakukan interaksi secara langsung ketika membahas mengenai konten. Kebanyakan konten yang akan direlisasikan hanya dibahas melalui pesan singkat dan tidak detail sehingga membuat penulis terkadang kurang paham dan juga kurang mengerti keninganan dari *supervisor*, contohnya ketika memasang sampul pada media *reels* yang akan mengunggah konten di Instagram karena beberapa sampul yang akan dipasang terkadang tidak sesuai dengan tampilan yang ketika dilihat pada *feeds* Instagram atau ketika membuat konten *reels* dimana pada saat talent telah membuat naskah dan telah selesai melakukan pengeditan hasil yang diinginkan berbeda dengan kemauan *supervisor*.
2. Terjadi perbedaan pendapat antara sesama rekan kerja dan juga *supervisor*. Kendala ini terjadi ketika memiliki saran untuk membuat rencana konten kedepan yang akan diunggah pada media sosial sehingga terjadi banyak selisih pendapat dan juga adu argumen yang cukup kuat pada saat proses pembuatan konten.
3. Mengalami masalah koneksi jaringan beberapa kali sehingga mengakibatkan terhambatnya pekerjaan, seperti melihat konten yang akan diunggah ke media sosial. Putusnya jaringan pada komputer kerap kali terjadi dan terkadang memakan waktu cukup lama, hal ini dapat menyebabkan terhambatnya waktu untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan.

### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi dari kendala yang dialami penulis

1. Mengkonfirmasi kepada *supervisor* terlebih dahulu jika ada *request* tertentu untuk sebelum konten akan diunggah agar tidak terjadi kesalahan nantinya pada saat proses pembuatan konten. Selain itu *supervisor* memberikan gambaran yang lebih jelas untuk pembuatan konten agar nantinya ketika pembuatan konten dilakukan tidak terjadi kesalahan dan pekerjaan yang dilakukan nantinya juga dapat lebih efektif dan tidak perlu mengulang karena kesalahan karena tidak sesuai dengan keinginan *supervisor*.
2. *Supervisor* yang menangani proyek harus lebih detail dalam memberikan tugas agar dapat dijadikan acuan dalam pembuatan proyek sehingga dapat lebih teratur. Hal ini juga akan membantu para peserta magang pada perusahaan Sinotif dapat memperkirakan ketika mereka sedang mengerjakan pekerjaannya seperti dapat memperkirakan kapan proyek tersebut harus diselesaikan, atau dapat memperkirakan berapa lama mereka dapat menyelesaikan pekerjaan yang diberikan dengan memaksimalkan sumberdaya yang dimiliki.
3. Harus mengerjakan melalui *handphone* pribadi penulis agar pekerjaan nantinya dapat dipindah ketika jaringan koneksi internet sudah dapat diakses kembali oleh komputer yang tersedia supaya tidak terjadi keterlambatan waktu pengerjaan.