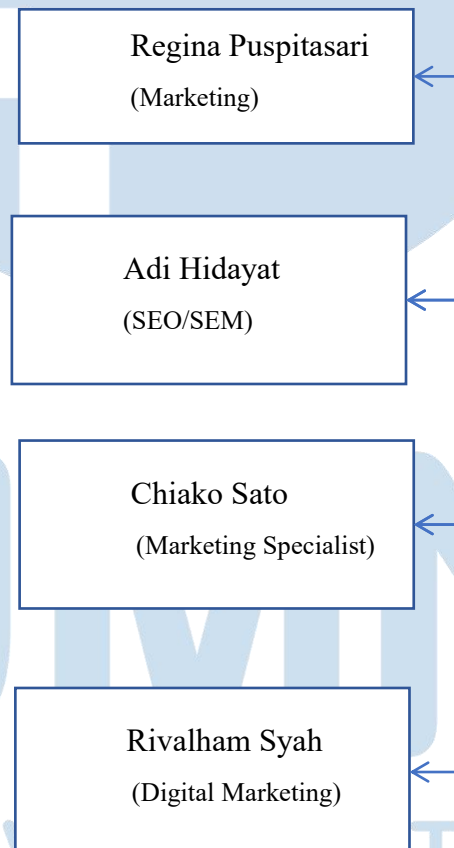


BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan praktek kerja magang di Videlin Digital Shop, Penulis berkedudukan sebagai Digital Marketer & Conten Creator Intern yang bertugas untuk membuat teknik marketing dan membuat konten baik berupa video ataupun foto. Dalam melakukan pekerjaannya, penulis berkoordinasi dengan pihak dalam Divisi Marketing & Content Creator.



Gambar 3.1 Bagan Digital Marketing

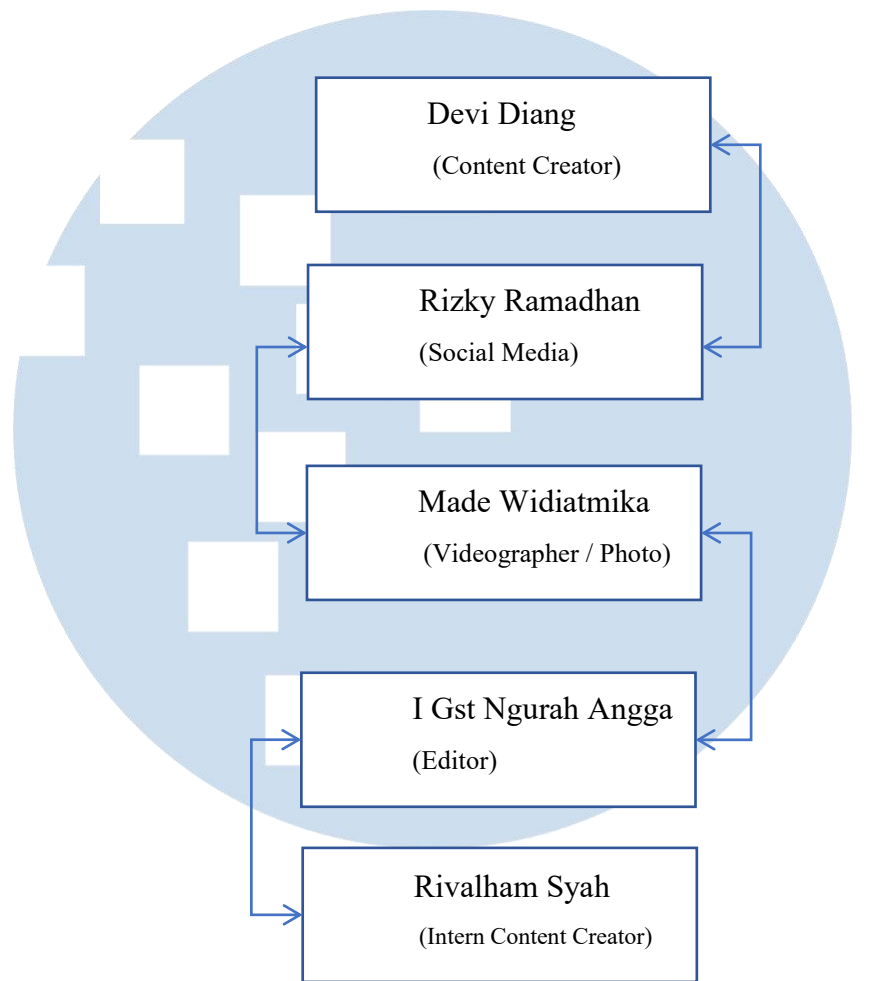
Dalam tim pemasaran digital Videlin, peran saya sebagai Digital Marketer Intern memainkan peran penting dalam mendukung dan memperkaya strategi pemasaran secara keseluruhan. Penulis bekerja erat dengan Digital Marketing Manager, yang memberi arahan dan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran digital.

Selain itu, kolaborasi penulis dengan SEO Specialist memungkinkan penulis belajar lebih banyak tentang optimasi mesin pencari dan bagaimana menggabungkan elemen-elemen SEO ke dalam konten pemasaran. Dalam hal ini, penulis juga berinteraksi dengan Marketing Specialist, yang memberikan wawasan tentang strategi pemasaran khusus seperti konten dan iklan berbayar.

Melalui rapat tim yang teratur, kami berbagi ide, memberikan masukan, dan berkoordinasi untuk menyusun proyek-proyek pemasaran yang kreatif dan efektif. Saya merasa beruntung karena tim kami adalah tempat di mana penulis dapat memperoleh pengetahuan praktis tentang industri pemasaran digital, mengembangkan keterampilan penulis, dan memberikan kontribusi nyata dalam pencapaian tujuan tim.

Dengan dukungan dan arahan dari anggota tim senior, penulis merasa termotivasi untuk terus belajar dan berkolaborasi dalam proyek-proyek yang menantang, sambil memberikan energi segar dan ide-ide baru dalam tim.

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 3.2 Bagan Content Creator

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Sebagai Content Creator Intern dalam tim Videlin, peran penulis sangat terfokus pada pengembangan konten kreatif yang memikat audiens dan mendukung strategi pemasaran digital perusahaan. Penulis berinteraksi secara erat dengan Content Creator senior, yang memberi arahan dan bimbingan tentang pengembangan ide-ide konten yang memenuhi kebutuhan klien dan membangun identitas merek yang kuat.

Dalam kerjasama dengan Videographer, kami berkolaborasi untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan relevan dengan pesan pemasaran yang ingin disampaikan. Penulis juga berhubungan dengan Social Media Specialist, memastikan bahwa konten yang kami hasilkan sesuai dengan format dan tren media sosial, yang memungkinkan kami menjangkau audiens target dengan lebih efektif. Editor adalah mitra penulis dalam memastikan bahwa setiap potongan konten yang kami produksi memiliki kualitas tertinggi, memperbaiki tulisan dan presentasi visual sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat dimengerti dengan jelas oleh audiens.

Di samping itu, penulis dan tim lainnya, bertukar ide, dan mendukung satu sama lain dalam tugas-tugas kami. Dalam prosesnya, penulis merasa terdorong untuk terus belajar dan berkembang, mendapatkan pandangan berharga tentang industri kreatif, dan merasakan kepuasan ketika melihat karya kami dihargai oleh audiens kami. Dengan arahan dari rekan-rekan senior dan dukungan tim, penulis merasa termotivasi untuk terus berkontribusi dan mengembangkan kemampuan kreatif penulis, menciptakan konten yang memikat, dan menjadikan pengalaman penulis di tim Videlin menjadi masa magang yang berharga.

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 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Pada saat bekerja di Videlin Digital Shop, penulis sebagai Digital Marketer&Conten Creator dituntut untuk selalu berpikir kreatif dan menemukan ide-ide serta inovasi terbaru agar konten, marketing yang dihasilkan selalu menarik. Tidak hanya itu, penulis juga harus melakukan riset mengenai konten-konten apa yang sedang trend, lalu melihat algoritma pasar digital. Tidak berhenti pada konten pada media sosial saja, penulis juga melakukan riset mengenai algoritma marketing sesuai dengan gender, umur dan lain sebagainya. Penulis harus mencari tahu mengenai bagaimana tema dari produk agar sesuai dengan para calon pembeli. Selain itu, penulis juga harus mencari bagaimana saingan dari toko-toko online lainnya. Setelah segala proses riset dan persiapan sudah dilakukan, maka penulis juga harus melaporkan kepada divisi terkait.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Selama kurang lebih 800 jam Penulis melakukan kerja magang di Videlin sebagai Conten Creator dan Digital Marketing. Penulis bertugas meriset hal-hal yang berhubungan dengan ide cerita orisinal, mengikuti meeting/brainstorming dan melakukan pembuatan script, mengecek dan merekap penggunaan digital ads, serta membaca dan mempresentasikan hasil tersebut kepada divisi terkait. Berikut detail dari tugas dan pekerjaan yang dilakukan: **(Bedakan Conten Creator dan DM) (Pengkategorisasinya Baju dan Celana)**

Tabel 3.1 Tugas Penulisan Selama Magang

No.	Tanggal	Jobdesc	Keterangan
1.	4-7 September 2023	Conten Creator Celana Pendek	Menyusun laporan pembuatan script
2.	8-11 September	Conten Creator Celana	Pitching Script dan Strategi

	2023	Pendek	Marketing
3.	12-13 September 2023	Conten Creator Baju & Digital Marketing	Pitching Live Streaming dan Pemilihan Talent
4.	14-17 September 2023	Conten Creator Baju & Digital Marketing	Proses Live Streaming dan Penyusunan Script
5.	18-23 September 2023	Conten Creator Celana Panjang & Digital Marketing	Proses Live Streaming, Strategi Pemasaran produk
6.	19-24 September 2023	Conten Creator Celana Pendek & Digital Marketing	Proses Live Streaming, Boost Marketing, Tiktok Campaign
7.	25-28 September 2023	Conten Creator Celana Panjang & Digital Marketing	Proses Live Streaming, Tiktok Campaign, Pendataan Packing Barang
8.	29-30 September 2023	Conten Creator Celana Pendek & Digital Marketing	Penyusunan Strategi Campaign Terbaru

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Sebagai Content Creator, penulis bertanggung jawab dari awal pembuatan konten hingga akhir. Konten-konten yang sudah dipercayakan kepada penulis ataupun konten yang berasal dari ide penulis merupakan tanggung jawab penuh penulis

untuk diselesaikan. Konten berupa video yang dibuat disesuaikan dengan target audience dan mengikuti tren yang sedang naik. Untuk konten-konten yang diproduksi di media sosial Tiktok biasanya lebih ditujukan untuk meningkatkan ketertarikan audience mengenai produk yang dijual di Videlin.

Sebagai seorang pekerja magang di departemen Digital Marketer juga, penulis telah terlibat langsung dalam berbagai aspek strategis yang diterapkan oleh perusahaan kami, yang berfokus pada industri fashion wanita. Tugas utama penulis meliputi pemahaman mendalam tentang tren fashion terbaru, perencanaan dan pelaksanaan strategi media sosial.

Salah satu tanggung jawab penulis adalah memahami konsumen wanita yang peduli akan gaya dan tren terbaru. Dengan memantau tren mode yang sedang berkembang, penulis dapat membantu dalam merancang kampanye yang relevan dan menarik bagi target audiens kami. Penulis juga terlibat dalam pengelolaan berbagai platform media sosial, menciptakan konten kreatif, serta mengelola iklan berbayar agar dapat memperluas jangkauan dan keterlibatan pelanggan potensial.

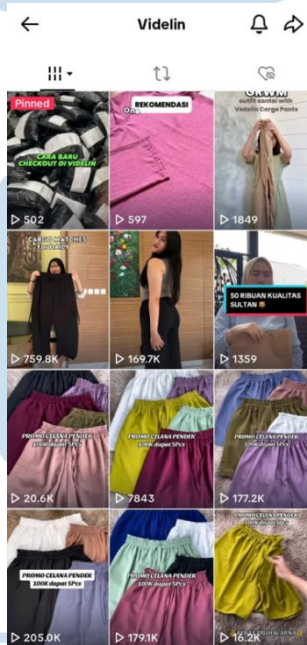
Video Konten Pada Social Media

Pembuatan video konten pada media sosial memiliki workflow yang berisis tahap development hingga editing. Di tahap development, penulis akan melakukan riset untuk mencari konten-konten apa yang sedang trend dan menarik minat masyarakat Indonesia terutama dalam fashion wanita. Setelah menemukan ide kontennya, penulis akan berkoordinasi dengan divisi terkait. Jika sudah dirasa tidak ada revisi maka akan berlanjut ke tahap pembuatan video. Jika semua sudah disetujui, produksi bisa berjalan dan penulis akan bertanggung jawab sebagai sutradara sekaligus scriptwriter. Penulis bertanggung jawab atas segala aspek kreatif ketika melakukan produksi video tersebut bersama dengan divisi lainnya. Di tahap pasca produksi, penulis akan bekerja sama dengan editor untuk melakukan editing video tersebut, tetapi jika editor sedang tidak available maka penulis akan merangkap sebagai editor juga. Hasil video tersebut akan di review

kembali kepada Social Media Specialist. Jika sudah tidak ada feedback lagi, maka video akan dipublikasikan ke Tiktok Videlin Official.



Gambar 3.3 Video Konten Produk (Nina Set) Celana Pendek Pada Sosial Media Videlin



Gambar 3.4 Video Konten Produk Kerjasama dengan Adsfart Pada Sosial Media Videlin

EDITORIAL PLAN								
Minggu ke	No	FORMAT KONTEN	Critical 3 Second VO/TEKS/ACTION/HEADLINE di awal video	Script teks / voice over dari awal hingga akhir video	NOTED	Masukan link referensi konten orang lain yang kamu jadikan referensi, jika tidak ada kosongkan saja	Tulis sound apa yang ingin kamu gunakan pada konten (Tidak perlu di tulis jika VOICE OVER)	Caption
1	1	VO (PROMOSI)	Anda mau ngepost?	Coba pake AI di video tadi karena ini itu sangat menarik jangan lupa ngepost di OVP, mudah caranya dengan aplikasi, tinggal klik dan klik Siapa sih awalnya harus ada bareng orang lain, harus ada orang lain juga Siapa sih orang yang ingin kita posting jangan lupa ngepost di OVP, mudah caranya dengan aplikasi, tinggal klik dan klik Siapa sih orang yang ingin kita posting jangan lupa ngepost di OVP, mudah caranya dengan aplikasi, tinggal klik dan klik	Siapa sih orang yang ingin kita posting jangan lupa ngepost di OVP, mudah caranya dengan aplikasi, tinggal klik dan klik Siapa sih orang yang ingin kita posting jangan lupa ngepost di OVP, mudah caranya dengan aplikasi, tinggal klik dan klik	Siapa sih orang yang ingin kita posting jangan lupa ngepost di OVP, mudah caranya dengan aplikasi, tinggal klik dan klik Siapa sih orang yang ingin kita posting jangan lupa ngepost di OVP, mudah caranya dengan aplikasi, tinggal klik dan klik	Siapa sih orang yang ingin kita posting jangan lupa ngepost di OVP, mudah caranya dengan aplikasi, tinggal klik dan klik Siapa sih orang yang ingin kita posting jangan lupa ngepost di OVP, mudah caranya dengan aplikasi, tinggal klik dan klik	Siapa sih orang yang ingin kita posting jangan lupa ngepost di OVP, mudah caranya dengan aplikasi, tinggal klik dan klik Siapa sih orang yang ingin kita posting jangan lupa ngepost di OVP, mudah caranya dengan aplikasi, tinggal klik dan klik

Gambar 3.5 Editorial Plan

EDPLAN

Halo kak
Untuk editorialplan ke-1 sudah kami update di google sheet ya, silakan di cek kak

Mohon **Dibaca** script dan ide kontennya, karena jika ada revisi akan dibahas sebelum masuk pengerjaan produksi konten video

*Jika ada revisi, silakan di list poin revisinya :
Revisi hanya minor dari ide yg sdh ditulis (penambahan atau pengurangan, penamaan)
Tidak bisa ganti ide/topik/materi

1. Dialog kata "gocap" diganti ke 50 ribu saja karena target audience tidak semua teralalu paham kata "gocap"
- 2.
-

jika sdh Di Setujui, baru kami masuk ke bagian produksi konten videonya

dan jika sdh masuk bagian Produksi Video, maka materi **tidak dapat Dirubah, Ditambah atau Dikurangi**

Jika kakak sdh setuju dengan ide plannya, silakan Reply chat ini dengan kata : **SETUJU**

Terimakasih 18:41 ✓

Gambar 3.6 Editorial Plan Description Bersama Adsfort

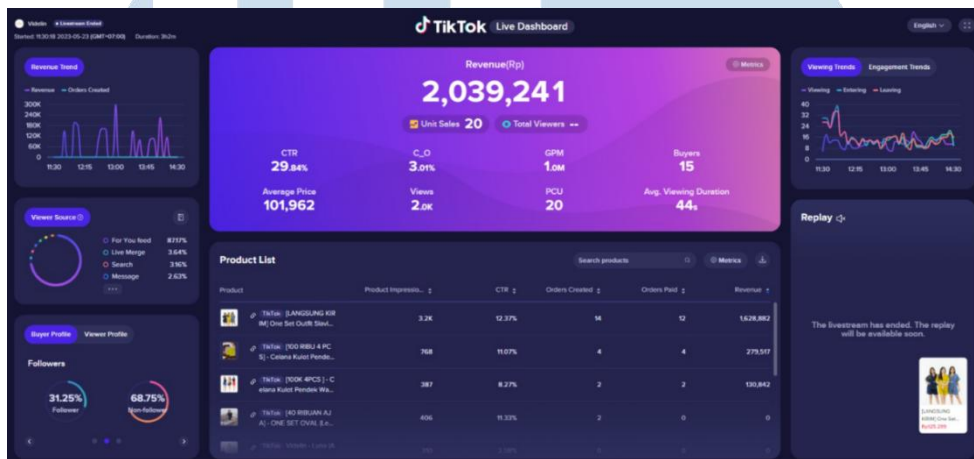
UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Digital Marketing & Live Streaming Pada Social Media

Penulis, sebagai peserta magang di departemen Digital Marketing, telah terlibat dalam beragam tugas yang mendalam dalam upaya mendukung strategi pemasaran perusahaan kami yang berfokus pada industri fashion wanita. Peran ganda penulis terbagi antara sebagai Digital Marketer yang bertanggung jawab untuk memperluas jangkauan merek melalui berbagai saluran digital dan juga sebagai pengelola live streaming, menyajikan konten langsung yang menarik untuk audiens. Sebagai Digital Marketer, tugas penulis termasuk mempelajari tren mode terkini dan merencanakan serta melaksanakan strategi media sosial yang efektif. Penulis secara aktif terlibat dalam membuat konten yang menarik untuk platform media sosial seperti TikTok, serta mengelola kampanye iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas merek kami di antara konsumen potensial. Di sisi lain, penulis juga bertanggung jawab sebagai pengelola live streaming. Penulis merancang dan menyajikan konten live streaming yang relevan, mulai dari peluncuran produk hingga sesi tanya jawab interaktif. Melalui live streaming, dapat mempererat hubungan dengan para customer, memberikan wawasan yang lebih dalam tentang koleksi, dan memperluas keterlibatan secara langsung.

Pengalaman ini memberikan wawasan yang berharga tentang dinamika pasar fashion wanita dan betapa pentingnya kreativitas dan responsivitas dalam menjangkau audiens yang semakin beragam dan cerdas. Penulis juga belajar tentang pentingnya analisis data untuk mengukur keberhasilan kampanye, serta bagaimana adaptasi cepat terhadap perubahan tren dan kebutuhan pelanggan menjadi kunci kesuksesan dalam industri ini. Dengan memadukan peran ganda sebagai Digital Marketer dan pengelola live streaming, Penulis telah memperluas pemahaman penulis tentang bagaimana pemasaran digital dapat memengaruhi dan meningkatkan kesadaran merek serta keterlibatan pelanggan dalam industri fashion wanita ini. Adapun hasil dari Digital Marketing yang penulis kerjakan juga merangkap sebagai tim packing barang. Selain packing barang, penulis juga

merangkap sebagai pendataan dengan barang yang masuk. Untuk sistem checking penulis bekerja sama dengan tim produksi dan gudang.



Gambar 3.7 Dashboard Digital Marketing & Live Streaming Videlin



Gambar 3.8 Proses Packing Barang Videlin



Gambar 3.9 Proses Print Kertas Pemesanan Videlin



Gambar 3.10 Proses Checking Barang Videlin

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Sebagai seorang Content Creator & Digital Marketer, Penulis tentu menghadapi beberapa kendala yang berhubungan dengan pembuatan cerita dan penggunaan digital campaign. Berikut kendala-kendala yang pernah dialami oleh Penulis dalam beberapa faktor:

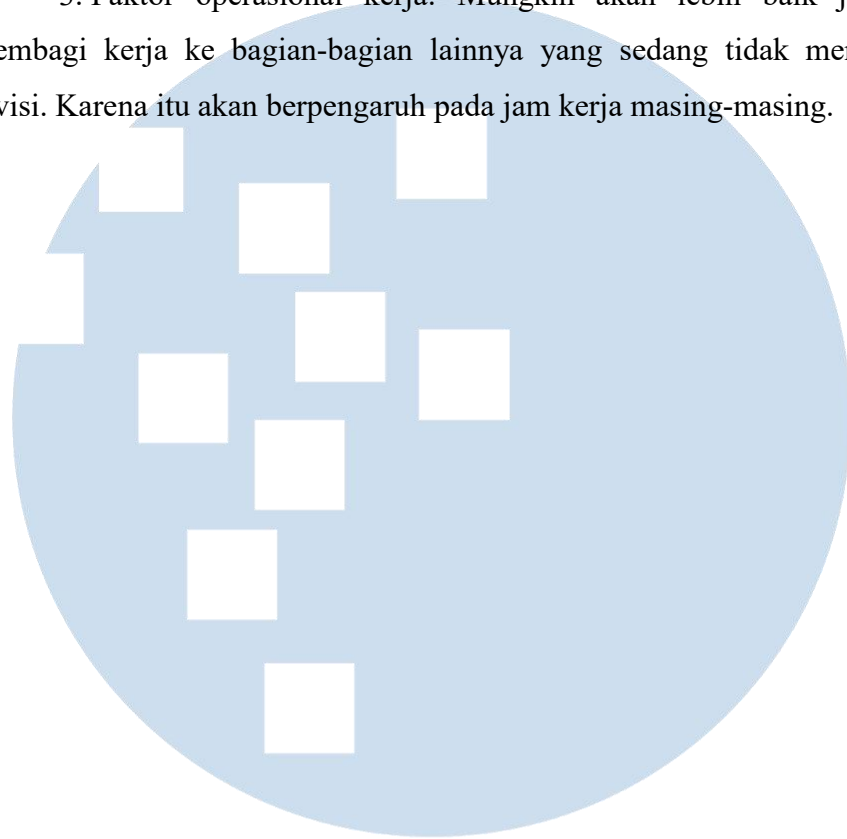
1. Faktor bisnis perusahaan: Sebagai Digital Shop baru yang karyanya belum terlalu sukses di pasar fashion, Videlin tidak terlalu dikenal oleh masyarakat sehingga persaingan pasar masih cukup ketat.
2. Faktor alur kerja/koordinasi: Saat Penulis diminta untuk melakukan digital Campaign oleh divisi Marketing Specialist sering terjadi kesalahan pada beberapa pengkategorian target audience terutama untuk rentang umur.
3. Faktor operasional kerja: Penulis sering pulang melebihi dari waktu yang telah ditentukan karena harus mengecek sistem campaign. Lalu penulis juga seringkali harus merangkap tugas marketing specialist apabila divisi tersebut sedang berhalangan hadir.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi tantangan sebagai Digital Marketer dan Content Creator di industri fashion wanita, perlu adanya pendekatan yang terencana dan adaptif. Adapun solusi atas kendala yang ditemukan oleh penulis berdasarkan beberapa faktor:

1. Faktor bisnis perusahaan: Sebaiknya Videlin lebih menguatkan strategi digital mereka agar lebih dapat dijangkau oleh semua kalangan, dengan menerapkan sistem marketing dan memberikan dana yang lebih untuk Ads.
2. Faktor alur kerja/koordinasi: Akan lebih baik jika sistem koordinasi dipertegas terutama dalam divisi-divisi yang vital terkait pemasaran. Karena flow harus dilakukan setiap hari, jadi jika terdapat hambatan akan bisa terselesaikan.

3. Faktor operasional kerja: Mungkin akan lebih baik jika tidak membagi kerja ke bagian-bagian lainnya yang sedang tidak mengerjakan divisi. Karena itu akan berpengaruh pada jam kerja masing-masing.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA