

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pada aktivitas magang ini penulis dibimbing langsung oleh *Head of Digital Marketing* yaitu Aiman Mansur dimana penulis bertugas sebagai content creator strategy di divisi Digital Marketing. Penulis bertanggung jawab untuk membuat konten di platform Instagram dan TikTok dari brand JOBB dan Jack Nicklaus, dimulai dari memikirkan ide tentang apa nanti isi kontennya hingga dieksekusi, salah satu tugas utama penulis adalah membuat konten short video dengan berbagai macam tujuan seperti informatif, promosi, juga mengenalkan produk produk dari brand JOBB dan Jack Nicklaus.

Saat proses kerja magang dijalankan penulis juga dilibatkan dalam sesi brainstorming juga membuat marketing plan untuk bulan oktober – desember. Pada sesi brainstorming peserta mengikuti karena dalam membuat konten perlu brief yang jelas juga di lakukannya brainstorming agar dapat mendiskusikan ide – ide kreatif yang muncul agar dapat menyalurkan informasi yang ingin disampaikan kepada audiens lewat konten yang di unggah.

Pada aktivitas kerja magang ini penulis juga bekoordinasi bersama tim sales and promotion guna mengetahui promo promo apa saja yang akan dilakukan dan yang sedang berjalan agar dapat mempromosikan promo yang sedang berjalan atau akan jalan di sosial media maka dari itu disini kami saling bekerja sama agar mencapai tujuan.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Saat berlangsungnya periode magang selama delapan ratus jam, berbagai jenis tugas telah dilaksanakan yang mencakup perencanaan strategi konten untuk mempromosikan brand JOBB dan Jack Nicklaus. Tugas-tugas tersebut meliputi pembuatan konten dan pelaksanaan yang melibatkan berbagai divisi. Semua

kegiatan ini memerlukan pemahaman dasar tentang media sosial serta kemampuan yang diperlukan agar dapat berjalan.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas Ketika dalam masa kerja magang, Social Media Intern bertanggung jawab atas beberapa tugas, seperti menganalisis tren, menciptakan konten informatif, dan mengelola akun Instagram dan TikTok untuk unit bisnis Jack Nicklaus dan JOBB. Tentu saja, pekerjaan-pekerjaan ini memerlukan pemahaman yang kuat dalam identifikasi tren, pembuatan konten yang informatif, serta pengelolaan akun Instagram dan TikTok JOBB dan Jack Nicklaus agar semuanya berjalan dengan efisien.

Berikut adalah tanggung jawab utama yang diemban oleh seorang praktik kerja magang di bidang media sosial:

Pembuatan Konten	Membuat konten untuk media sosial Instagram dan TikTok JOBB dan Jack Nicklaus yang berisi konten hingga menulis caption kontennya Membuat konten dari ide yang sudah di dapatkan
Brainstorming	Brainstorming dilakukan guna mendapatkan ide yang <i>fresh</i> dan baru bersama supervisi dan tim
Copywriting	Evaluasi dilakukan setelah konten yang di upload dan melihat <i>insight</i> dari konten yang di upload apakah sudah mencapai harapan atau belum
Content Writing	Membuat <i>caption</i> untuk konten konten yang telah dibuat

Tabel 3.1 Tugas Utama Social Media Intern

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Adapun Tugas utama yang diberikan dan dilakukan oleh penulis saat kerja magang di Perusahaan Trisula adalah sebagai berikut:

1. Mengkreasikan Konten

Pembuatan konten merupakan elemen inti, jenis, atau unsur dari informasi digital. Konten ini dapat berwujud teks, gambar, video, audio, dokumen, serta bentuk lainnya (Diamond, 2015)

Pembuatan konten merupakan kewenangan Departemen Media Sosial. Proses penciptaan konten dilakukan sesuai dengan strategi pengembangan

konten di platform media sosial. Dalam pelaksanaannya, Departemen *E-Commerce and Sales* turut terlibat untuk memastikan keselarasan konten dengan materi promosi yang ditetapkan. Kegiatan pembuatan konten berlangsung di berbagai lokasi, termasuk ruang rapat, ruang kolaborasi, dan area kerja magang.

pembuatan konten dibagi menjadi dua bagian, yakni untuk platform TikTok dan Instagram. Meskipun peserta magang bertanggung jawab secara mandiri dalam pembuatan konten, Supervisor kerja magang tetap memantau agar ide yang telah diidentifikasi dapat terwujud. Kegiatan pembuatan konten di platform TikTok dilakukan secara rutin setiap minggu pada hari Senin, Rabu, dan Jumat. Setiap hari yang ditentukan memiliki topik yang berbeda dalam proses pembuatan konten. Di sisi lain, kegiatan pembuatan konten di platform Instagram hanya dilakukan pada hari Senin.

Untuk pembuatan konten di *platform* TikTok dibutuhkan barang yang harus dipinjam untuk pembuatan konten maka hal pertama yang dilakukan oleh penulis adalah pertama mencari ide juga referensi video yang ingin digunakan dalam pembuatan konten lalu mencocokkan dengan produk produk yang dimiliki oleh JOBB atau Jack Nicklaus.

Selanjutnya memilih produk yang ingin digunakan untuk pembuatan konten dan meminjamnya dan mendata barang barangnya untuk dipinjam ke gudang disini penulis juga bertanya kepada tim E-Commerce & Sales terkait kesediaannya barang yang ingin dipinjam.

1	Artikel	Kode Artikel	Jumlah
2	Steelcase	JWS3842N1-17	1
3	Steelcase	JWS3842B3-17	1
4	Steelcase	JWS3842W1-17	1
5	Steelcase	JWS3842R3-17	1
6	Steelcase	JWS3842N3-17	1
7	Steelcase	JWS3842G1-17	1
8	Minnesota	JWM3249R3-17.5	1
9	Minnesota	JWM3249W1-17	1
10	Minnesota	JWM2B49N1-17.5	1
11	Minnesota	JWM3249G1-17	1
12	Minnesota	JWM2B49N3-17	1
13	Olympius	JJF3998B3-XL	1
14	Lindelof	JJF2B04I2-XL	1
15	Travis	JSM3886G3-38	1
16	Travis	JSM3886H2-38	1
17	San Louis	JSM3887H1-38	1
18	San Louis	JSM3887H2-38	1
19	Jerix	JSM3888B3-38	1
20	Jerix	JSM3888H1-38	1
21		Total	19

Gambar 3.1 Tabel Peminjaman Artikel

Setelah peminjaman barang dilakukan penulis diberi kebebasan memilih konten seperti apa yang ingin dibuat walaupun tetap tidak melenceng dari content pillar yang telah di tentukan oleh tim Social Media.



CONTENT PILLAR

JOBB

1. **Ulas Produk** : Product Review
2. **Employee Hack** : Tips & Trick Pekerja
3. **Hai JOBBers** : Jawab pertanyaan followers
4. **Mix & Match** : Styling produk



Jack Nicklaus

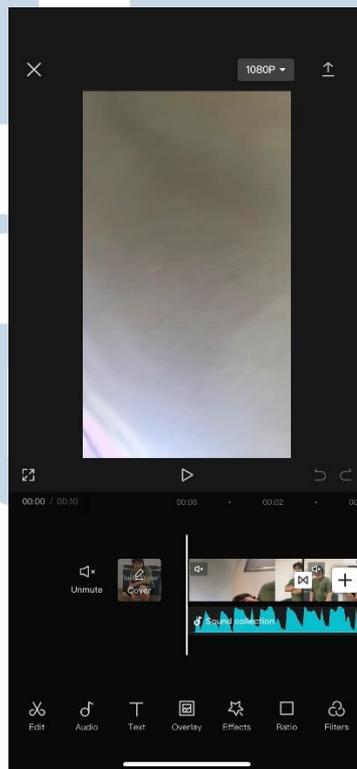
1. **About Nicklaus** : **All about golf**
 - Video Jack Nicklaus
 - Product Review
 - Fakta-fakta golf
 - Sejarah/kisan Nicklaus
2. **Mix it!** : Mix & Match
3. **Product Review** : Jawab pertanyaan followers

Gambar 3.2 konten pilar

Seorang *strategist* konten memiliki peran penting dalam merancang jadwal kegiatan untuk platform media sosial. Terdapat beberapa langkah yang dapat diambil dalam menetapkan agenda media sosial, seperti mengintegrasikan media sosial ke dalam strategi *Public Relations* (PR) atau *Public Affairs* (PA) suatu perusahaan, mengadakan diskusi untuk menemukan tagar atau kata kunci yang relevan, mencari inspirasi dari tagar yang sudah ada, dan menciptakan tagar yang dapat menjadi identitas khas. Penggunaan simbol "@" dalam unggahan juga bisa digunakan untuk merujuk kepada individu yang dituju, sementara penentuan waktu posting yang tepat juga menjadi faktor penting dalam strategi ini (Haug, 2015).

Pada pembuatan konten penulis boleh memilih tipe konten yang ingin dibuat seperti bagaimana namun tetap dengan awasan supervisi juga konten pilar yang ada. Di platform TikTok, setiap hari memiliki topik konten yang berbeda. Pada hari Senin, topik yang diberikan berkaitan dengan "hacks" dan "tips & tricks" untuk merek JOBB serta "All About Nicklaus" untuk Jack Nicklaus. Pada hari Rabu, fokusnya adalah "Mix and Match pakaian" untuk kedua merek tersebut. Sementara pada hari Jumat, kontennya berupa "ulasan produk" untuk keduanya.

Selanjutnya setelah memilih konten yang akan dibuat penulis memilih topik dan ingin seperti apa kontennya setelah itu penulis konsul dengan tim dan supervise tentang konten apa yang ingin dibuat serta detail brief nya proses ini untuk pembuatan konten short video lalu selanjutnya masuk ke dalam proses syuting dan editing..



Gambar 3.3 proses editing

Pada saat proses *syuting* penulis ditemani oleh tim media sosial untuk membantu dalam pengambilan gambar juga membantu lebih mematangkan ide, terkadang penulis juga menjadi *talent* di dalam konten *short video*, mengambil *footage footage* yang di rasa cocok untuk konten yang sedang dibuat seperti dilihatkan detail detail pakaiannya, agar konsumen mengetahui fitur apa saja yang ada pada pakaian yang sedang kita buat kontennya.

Lalu pada proses editing dilakukan mulai dari memotong *footage* yang sekiranya tidak terpakai mulai di saring untuk proses *editing* sendiri penulis menggunakan aplikasi bernama capcut, pada proses editing penulis mengikuti standar atau yang sudah ada pada media sosial JOBB dan Jack Niclaus mulai dari pemilihan tone warna, tipe font, musik, dan hal lainnya yang berhubungan dengan *editing short video*. Saat proses *editing* selesai maka tahap selanjutnya adalah memposting konten yang sudah jadi ke platform media sosial TikTok



Gambar 3.4 hasil short video

Untuk Pada pembuatan konten Instagram penulis cenderung jarang membuat video untuk konten di Instagram namun membuat konten foto foto editorial, langkah awal penulis adalah mencari ide dan referensi yang sekiranya cocok untuk digunakan sebagai acuan konten Instagram, lalu

langkah selanjutnya berdiskusi pada supervisi tentang bagaimana konten yang ingin penulis buat.

Setelah mendapat persetujuan atas ide konten yang ingin dibuat selanjutnya penulis memberikan detail brief kepada tim desain grafis agar dapat dieksekusikan oleh tim desain grafis setelah proses *editing* telah selesai dilakukan, tugas penulis selanjutnya adalah untuk menyiapkan caption dan mangunggah konten yang sudah jadi ke platform media sosial Instagram.



Gambar 3.5 Hasil Konten Foto Instagram

Dalam pembuatan konten, diperlukan pendekatan kreatif yang diterapkan, jenis daya tarik pesan yang dipublikasikan, sumber informasi yang digunakan, dan juga media yang dipilih (Fill, Hughes, & Francesco, Advertising: Strategy, Creativity, and Media, 2013).

Aktivitas pembuatan konten yang dilakukan selama magang memiliki perbedaan dengan kegiatan pembuatan konten dalam dua mata kuliah, yaitu

Creative Media Production dan Social Media & Mobile Marketing. Dalam konteks kerja magang, proses pembuatan konten melibatkan perencanaan yang terstruktur dan proses editing yang mengikuti standar *brand*. Di sisi lain, dalam pembuatan konten yang dilakukan selama perkuliahan, proses editingnya lebih fleksibel dan mengikuti kreativitas mahasiswa.

2. Brainstorming

Brainstorming, atau yang sering disebut sebagai "sesi pikiran bebas," merupakan suatu pendekatan kreatif yang dirancang untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif dalam suatu kelompok atau tim. *Brainstorming* pertama kali diperkenalkan oleh Alex F. Osborn pada tahun 1941 dan sejak itu telah menjadi unsur integral dalam proses kreatif di berbagai konteks, termasuk dunia bisnis, pendidikan, dan riset.

Dilakukannya sesi *brainstorming* melibatkan kelompok individu yang berkumpul untuk mendapatkan ide-ide terkait suatu topik atau masalah tertentu. Tujuan utama dari *brainstorming* adalah menciptakan lingkungan yang mendukung pembentukan ide dengan meminimalkan pembatasan dan evaluasi kritis pada tahap awal.

Sebelum pembuatan konten penulis *brainstorming* dengan tim agar bisa mendapatkan ide ide dan membangun ide konten bersama, sesi *brainstorming* ini juga sangat membantu penulis dalam mengikuti proses kerja magang karena penulis dibantu oleh tim *Digital Marketing* dan *Social Media*.

Saat sesi *brainstorming* penulis dan tim juga juga melihat trend apa yang sedang naik di media sosial, Departemen Media Sosial bertanggung jawab untuk menjalankan proses identifikasi tren. Ini merupakan tugas pokok yang diemban oleh peserta magang yang menjabat sebagai Intern Media Sosial. Proses ini melibatkan analisis tren sebagai dasar untuk menghasilkan ide konten yang akan digunakan dalam pembuatan materi video.

Peserta magang memiliki tanggung jawab untuk menganalisis tren yang sedang berkembang dan populer di media sosial. Aktivitas ini seringkali

melibatkan kolaborasi dengan Departemen Konten Digital agar promosi dan kampanye dapat terintegrasi dengan baik dalam konten yang akan diunggah di platform media sosial seperti TikTok dan Instagram. Proses ini juga membantu penulis untuk mencari referensi sebelum memulai membuat konten.

Proses perencanaan strategi konten yang akan dipublikasikan didasari oleh arahan yang telah disetujui dengan persetujuan dari *Head of Digital Marketing*. Tujuan utamanya adalah untuk mencegah terjadinya kesalahan komunikasi dan menjadikan pembuatan konten lebih terstruktur.

Sebelum menghasilkan konten digital untuk media sosial, penulis juga melakukan studi terhadap konten-konten yang biasanya diunggah di platform sosial seperti Instagram dan TikTok oleh brand JOBB dan Jack Nicklaus. Ini mencakup pemahaman terhadap gaya visual yang sering digunakan dan gaya penulisan caption yang sering diadopsi.

Selain itu, penulis juga mempelajari konten yang dibagikan oleh mitra kerja dan meneliti konten yang diunggah oleh pesaing dari merek yang bersangkutan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan konten yang lebih menarik dan kreatif, sehingga dapat mencapai sasaran interaksi, jangkauan, dan kesadaran dari pengikut serta masyarakat luas di luar pengikut akun media sosial tersebut.

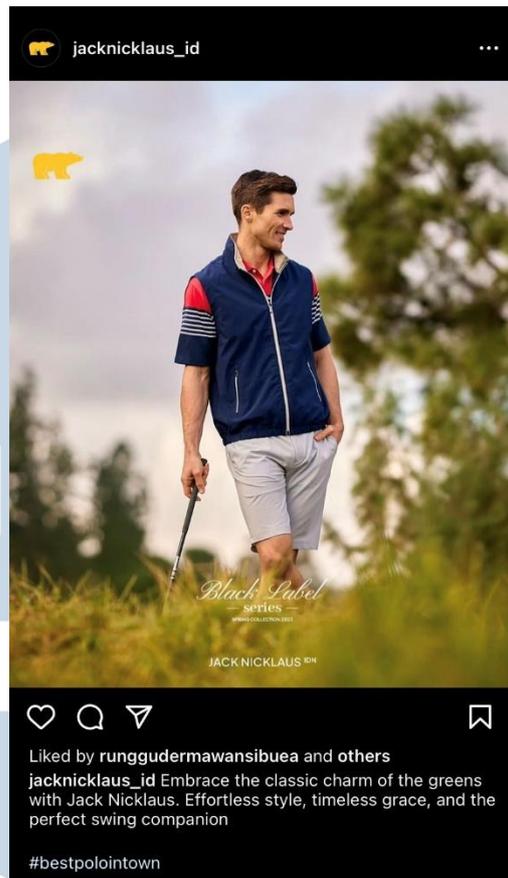
3. Copywriting

Copywriting adalah seni persuasi untuk memasarkan ide, merek, atau konsep kepada orang lain. Copywriting memiliki ciri khas advertorial, di mana gaya penulisan copywriter seringkali singkat namun mampu menarik perhatian pembaca sehingga mereka tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Kemampuan dalam menyampaikan cerita atau pesan dalam sebuah iklan memiliki kekuatan untuk mendorong banyak orang untuk melakukan tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Seorang copywriter, seperti yang dijelaskan oleh Moriarty, Micel, & Wells (2011), adalah seseorang yang bertugas dalam merancang, menciptakan, dan menginterpretasikan keindahan kata-kata dalam konteks periklanan.

Selama periode magang, penulis mendapatkan petunjuk dari supervisor untuk membuat caption pada beberapa konten yang diunggah di Instagram dan TikTok oleh JOBB dan Jack Nicklaus. Copywriting ini bertujuan untuk memberikan tambahan informasi pada konten yang dipublikasikan di akun Instagram dan TikTok JOBB dan Jack Nicklaus

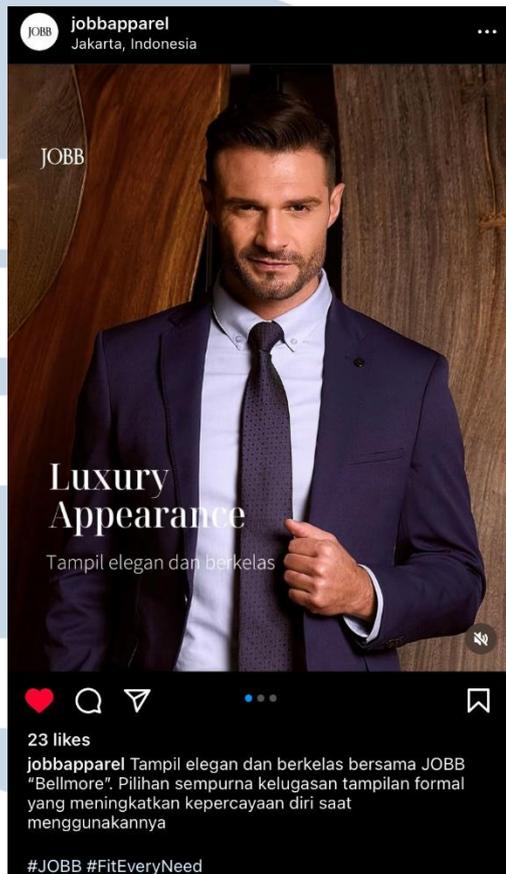
Penulis melakukan pencarian referensi pada postingan Instagram dan TikTok JOBB dan Jack Nicklaus untuk menentukan gaya bahasa yang tepat. Kemudian, penulis memberikan caption kepada supervisor untuk meminta persetujuan terhadap apa yang telah disiapkan oleh peserta magang. Selain itu, peserta magang juga menulis di beberapa konten baik di Instagram maupun TikTok yang dimiliki oleh JOBB dan Jack Nicklaus. Di bawah ini terdapat beberapa contoh copywriting yang digunakan dalam konten Instagram JOBB dan Jack Nicklaus, beserta dengan caption-nya.



gambar 3.6 Caption Instagram Jack Nicklaus

Pada gambar 3.5 adalah salah satu caption yang dibuat penulis untuk media sosial Instagram Jack Nicklaus dimana penulisan *caption* di selaraskan dengan foto, penulis juga diberi *brief* oleh supervise untuk menuliskan caption yang masih berbau dengan olahraga golf agar dapat menarik *followers* Instagram Jack Niklaus

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 3.7 Caption Instagram JOBB

Untuk gambar 3.6 kali ini penulis mencoba sedikit mengenalkan apa produk dari JOBB yaitu Bellmore disini penulis menuliskan *caption* dengan tujuan ketika konsumen menggunakan produk dari JOBB yaitu Jas Bellmore dapat memberikan kepercayaan diri. Penulisan hashtag #FitEveryNeed disini bahwa kata tersebut saat ini menjadi slogan dari JOBB yang memiliki maksud produk produk dari JOBB pas dan tepat untuk digunakan di segala kebutuhan.



Gambar 3.8 Caption Instagram Jack Nicklaus

Pada gambar 3.7 memiliki tema dengan gambar 3.5 dengan tulisan *caption* yang di dekatkan dengan golf disini penulis menggambarkan situasi ketika menggunakan produk *Black Label* dari Jack Nicklaus bahwa konsumen bisa merasakan kenyamanan ketika bermain golf, penulisan hashtag #GoldenBear karena golden bear sendiri adalah logo dan julukan dari Jack Nicklaus juga golden bear sudah menjadi ciri khas untuk Jack Nicklaus dan brandnya.

3.2.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang Tambahan

Berikut adalah tugas tugas tambahan yang dilakukan oleh penulis saat praktik kerja magang :

1. Content Writing

Salah satu kerja magang tambahan yang dilakukan oleh penulis selain mengurus media sosial dari brand JOBB dan Jack Nicklaus, penulis juga diminta untuk menulis artikel yang nantinya akan di pasang di *website* kedua brand tersebut, salah satu kegunaan artikel yang ada di *website* adalah untuk menambah konten di halaman tersebut juga agar konsumen yang mengunjungi *website* kedua brand tersebut dapat mengenal lebih jauh tentang produk dan juga brandnya sendiri. Penulisan artikel berita yang baik terletak pada proses, bukan pada hasil akhirnya (Ishwara, 2011, p. 119).

Dalam menulis artikel hal pertama yang dilakukan oleh penulis adalah mencari referensi artikel yang membahas seputar *fashion*, penulis banyak mengambil ide artikel dari Uniqlo Today sebagai acuan dan referensi. Setelah mencari referensi hal selanjutnya yang dilakukan oleh penulis adalah memikirkan judul apa yang ingin digunakan untuk menulis artikel.

Setelah mencari referensi artikel yang maka langkah selanjutnya yang penulis lakukan adalah mulai membuat judul artikel dan memilih produk apa yang ingin dituliskan ke dalam artikel, setelah hal tersebut dilakukan mulailah menulis isi dari artikel.

Artikel yang ditulis menggunakan penulisan yang lebih ke arah *soft selling*, maka harus menggunakan kata kata dan isi yang tepat agar ketika konsumen membaca artikel tersebut tidak merasa bosan dan lebih tertarik dengan produk yang di pasarkan (Barus, Sedia Willing 2011).



Gambar 3.9 Artikel JOBB

Salah satu artikel yang dibuat oleh penulis dan sudah di publish di *website* dari brand JOBB pada artikel ini penulis memiliki ide untuk memasukkan tipe tipe kemeja yang ada pada brand JOBB dan dijadikan artikel, pada artikel ini penulis ingin melihatkan keunggulan dari produk produk yang ada pada JOBB dari tipe tipe kemeja dan apa bedanya dengan satu dan lainnya mulai dari bahan hingga model dari baju tersebut.

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 3.10 Artikel Jack Nicklaus

Selanjutnya adalah contoh dari hasil penulis membuat artikel untuk brand Jack Nicklaus mengambil tema *mix & match* agar konsumen yang membuka artikel ini dapat terbayang bagaimana ia dapat memadukan kaos polo, yang notabenehnya adalah produk unggulan dari brand Jack Nicklaus maka dari itu topik ini di jadikan acuan utama oleh penulis agar dapat lebih menarik pelanggan.

3.2.3 Kendala Utama

Kendala utama yang dialami oleh peserta magang selama pelaksanaan magang Perbedaan ini terutama terlihat dalam proses editing, di mana setiap tempat memiliki standar editing yang berbeda. agian ini berisi kendala dan kesulitan yang ditemukan selama proses kerja magang

Hambatan lain yang dirasakan Ketidakmampuan untuk secara konsisten menemukan inspirasi selama proses pembuatan short video atau unggahan Instagram, terkadang membuat penulis merasa kesulitan. Dalam mencari ide untuk konten yang melibatkan interaksi dalam bentuk cerita maupun unggahan tidak selalu mudah, karena terkadang terdapat saat-saat di mana

penulis merasa terhambat dan sulit untuk menemukan ide yang menarik, sehingga kontennya tidak terkesan monoton.

Salah satu kendala utama yang dirasakan penulis dari apa yang sudah dipelajari di mata kuliah yang telah saya ambil terdapat perbedaan yang mana dalam aktivitas magang di pekerjaan beberapa hal seperti *trend spotting* dan mencari referensi tidak sekaku yang diajarkan.

3.2.4 Solusi

Penulis akhirnya melakukan komunikasi dengan Supervisor untuk berdiskusi terbuka dengan supervisor kerja magang untuk memahami dengan lebih baik standar dan persyaratan editing yang berlaku di pada proses praktik kerja magang penulis.

Untuk mengatasi kesulitan dalam menemukan inspirasi secara konsisten selama proses pembuatan short video atau unggahan Instagram, penulis menemukan solusi bahwa membuat rutinitas untuk mengadakan brainstorming Bersama tim agar dapat memunculkan ide ide yang baru dan tidak membosankan, penulis juga lebih sering mencari referensi yang sekiranya bisa digunakan sebagai acuan dalam membuat konten.

Setelah merasakan langsung aktivitas magang penulis akhirnya lebih mencoba untuk tidak terlalu terpaku terhadap teori dan lebih memfokuskan untuk bekerja lebih seperti apa yang diminta karena perbedaan ketika mendapatkan teori dan praktiknya maka penulis lebih menyesuaikan diri terhadap sistem kerja di perusahaan ini.

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