

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

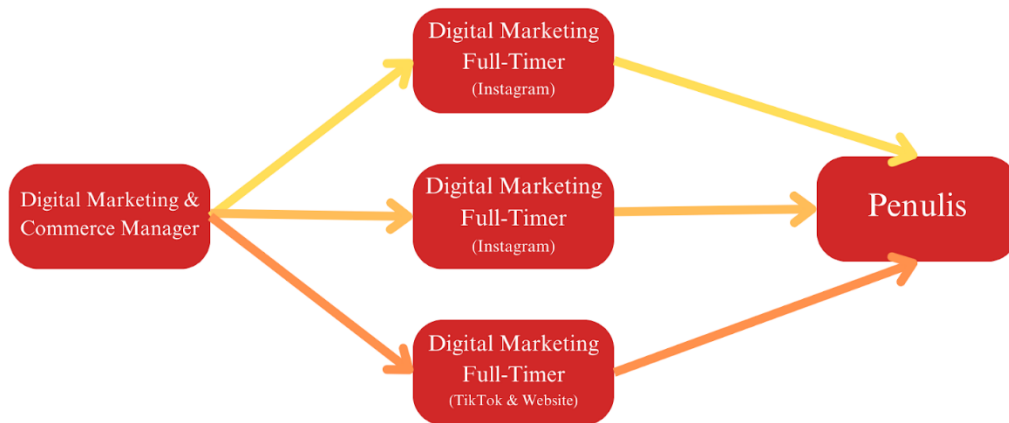
#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Praktik kerja magang yang dilakukan penulis dalam periode ini dijalankan dengan kedudukan sebagai Digital Marketing Intern, terhitung sejak 8 Januari 2024. Digital Marketing sendiri merupakan salah satu divisi yang berada di bawah naungan Digital Marketing & Commerce Manager PT Ace Hardware Indonesia, Ibu Bella Wilvensus. Ibu Bella Wilvensus berperan sebagai supervisi yang mengkoordinasikan divisi Digital Marketing, Digital Commerce, dan Data Insight. Divisi Digital Marketing sendiri terdiri dari 3 orang pekerja tetap sebagai penanggung jawab tugas-tugas, serta pemberi arahan akan tugas yang dijalankan oleh penulis. Penulis memiliki tugas utama membuat konten organik sebagai penunjang pemasaran produk-produk dari PT Ace Hardware Indonesia.

Konten organik yang ditugaskan kepada penulis ditujukan untuk diunggah ke berbagai media, melalui 2 bentuk meliputi video marketing dan artikel. Video marketing terbagi menjadi 2 konsep, yaitu video yang disentriskan kepada produk menggunakan teknik pemasaran *hard-selling* dengan tujuan memacu audiens untuk membeli produk tersebut, serta video yang tidak disentriskan kepada produk dengan tujuan untuk memperkuat visibilitas PT Ace Hardware Indonesia di masyarakat.

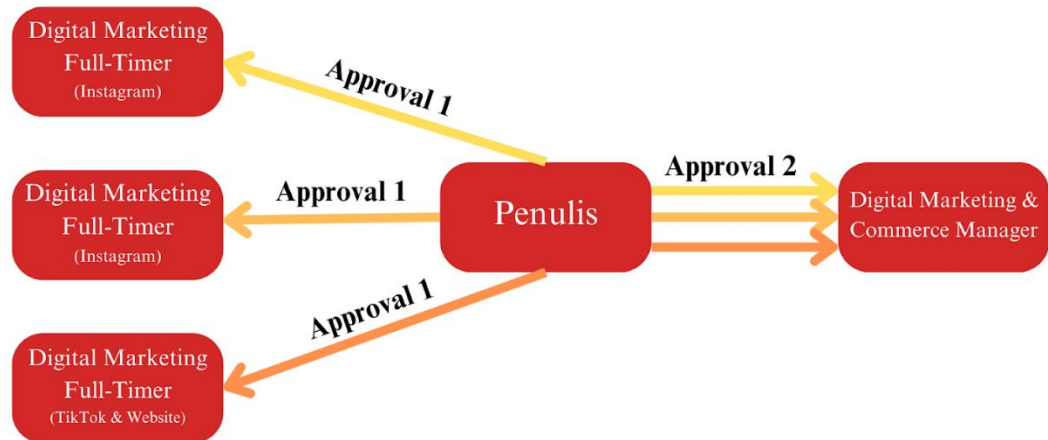
Adapun alur penugasan yang penulis dapatkan selama praktik magang dapat digambarkan sebagai berikut:

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 5 Koordinasi Penugasan Divisi Digital Marketing PT Ace Hardware Indonesia**

Koordinasi yang dijalankan penulis selama menjalankan praktik magang ialah dari Digital Marketing & Commerce Manager atau *supervisor* penulis akan membagikan tugas ke 3 karyawan tetap yang bertugas. Pada proses pembuatan konten video marketing, penulis perlu mengatur penjadwalan konten bersama Kak Vamela Aurina untuk konten TikTok, dan Kak Ristya Pradipta serta Kak Febrines Stevanif untuk media Instagram. Selanjutnya penulis akan menulis skrip konten sesuai jadwal, menginfokan kepada Kak Vamela Aurina terkait kebutuhan barang, akomodasi, serta tanggal *shooting* untuk diatur agar bisa dibantu kebutuhan perizinannya. Pekerja tetap dengan masing-masing tanggung jawabnya kemudian akan membagikan kembali beberapa dari tugas yang diberikan supervisi kepada penulis. Dari sana, penulis akan bertanggung jawab atas tugas tersebut dalam pengawasan para karyawan tetap. Setelah tugas yang diberikan rampung, penulis perlu mendapatkan *approval* yang digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 6 Alur Proses Approval Divisi Digital Marketing PT Ace Hardware Indonesia**

*Approval* pertama didapatkan melalui proses *screening* tugas oleh pemberi tugas. Biasanya, jika dirasa masih kurang baik hasilnya, karyawan tetap sebagai pemberi tugas akan memberikan bimbingan dan masukan untuk penulis merevisi pekerjaan penulis. Setelah pemberi tugas merasa tugas yang dikerjakan penulis cukup baik, karyawan tetap sebagai pemberi tugas akan memberikan *approval*. Ketika penulis telah mendapatkan *approval* pertama, barulah penulis dapat meneruskan tugas yang dibuat kepada Digital Marketing & Commerce Manager selaku *supervisor* penulis untuk proses *screening* dan *approval* yang terakhir, sebelum menghasilkan output yang menghadap langsung kepada calon customer.

Selain koordinasi pemberian tugas dan proses *approval*, penulis juga melakukan koordinasi lain secara rutin dengan divisi Digital Marketing. Karyawan tetap divisi Digital Marketing berkoordinasi dengan penulis dan membantu penulis untuk mengurus perizinan lokasi shooting, proses persuratan dalam pengambilan properti dari toko, hingga akomodasi yang diperlukan untuk menunjang pengerjaan

tugas penulis. Para karyawan tetap juga bertugas mengelola koordinasi dengan divisi lain sebagai perlindungan bagi penulis untuk menghindari terjadinya eksploitasi. Namun, penulis tetap melakukan koordinasi dengan divisi Digital Commerce, dan Data Insight untuk menunjang kelancaran pekerjaan penulis. Selain itu, penulis akan berkonsultasi terkait hal-hal seperti kultur dan keadaan perusahaan, serta menjadi *talent* untuk menunjang penulis dalam proses pengerjaan tugas kepada divisi Digital Marketing, Digital Commerce, dan Data Insight.

### 3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang

#### 3.2.1. Tugas Kerja Magang

Dalam periode kerja magang di PT Ace Hardware Indonesia yang terhitung sejak 8 Januari 2024, penulis telah melakukan tugas-tugas yang diberikan oleh ketiga mentor, yaitu Kak Ristya Pradipta, Kak Vamela Aurina, dan Kak Febrines Stevanif yang telah dijabarkan sebagai berikut:

No.	Pekerjaan	Koordinasi	Keterangan
1.	Membuat skrip <i>storyboard</i> konten marketing produk dari katalog.	Kak Ristya Pradipta, Kak Febrines Stevanif, Ibu Bella Wilvensus.	Setiap minggunya penulis membuat 2-3 <i>storyboard</i> konten marketing yang mempromosikan produk secara <i>hard-selling</i> .
2.	Membuat skrip <i>storyboard</i> konten non-produk untuk media TikTok.	Kak Vamela Aurina, Ibu Bella Wilvensus.	Setiap minggunya, penulis membuat 1-2 <i>storyboard</i> konten yang menghibur untuk diposting di TikTok, dan Youtube.

3.	Mengurus surat Tanda Terima Online di cabang.	Kak Vamela Aurina, Duty Toko, Admin Toko.	Peminjaman produk untuk proses shooting memerlukan Tanda Terima Online (TTO). Penulis mengurus perizinan melalui surat TTO di cabang toko terkait.
4.	<i>Shooting</i> konten marketing produk dan non-produk sentris	Kak Vamela Aurina, Kak Febrines Stevanif, Kak Ristya Pradipta, Veren Moon (rekan magang), dan Nasywa Axelia (rekan magang)	Setidaknya dalam 1 minggu, penulis bersama rekan akan pergi ke toko dan lokasi <i>shooting</i> terkait untuk mengambil gambar dan video sesuai skrip storyboard konten.
5.	Editing konten marketing produk dan non-produk sentris	Kak Vamela Aurina, Kak Ristya Pradipta, dan Ibu Bella Wilvensus	Setelah proses <i>shooting</i> , di hari kerja berikutnya, penulis akan mulai menyunting dan mengolah video-video dan gambar yang diambil di hari kerja sebelumnya untuk diunggah ke berbagai media, meliputi Instagram, TikTok, Youtube, dan Shopee Video.

6.	Melakukan live shopping di platform e-commerce Shopee untuk meningkatkan penjualan melalui pemasaran yang dilakukan.	Kak Cynthia Klarissa, Kak Jacqueline Muliono, Veren Moon, Nasywa Axelia	Penulis akan running strategi pemasaran live shopping bersama rekan untuk meningkatkan pembelian.
7.	Membuat artikel untuk laman resmi PT Ace Hardware Indonesia (acehardware.co.id)	Kak Vamela Aurina, Ibu Bella Wilvensus	Penulis bertugas membuat artikel yang merekomendasikan pembaca untuk membeli produk dari perusahaan di laman resmi PT Ace Hardware Indonesia (acehardware.co.id)
8.	Membuat laporan analisis ACE Indonesia's Social Media Response	Kak Ristya Pradipta	Penulis ditugaskan untuk menganalisis kecepatan dan kualitas respon dari sosial media perusahaan, beserta kompetitor.
9.	<i>Packing hampers</i> untuk para Key Opinion Leader (KOL)	Kak Ristya Pradipta, Kak Febrines Stevanif, Veren Moon, Nasywa Axelia	Penulis membantu Kak Ristya Pradipta untuk menata <i>hampers</i> untuk para Key Opinion Leader (KOL)

10.	Memperbarui drive kantor dengan video sebelum (mentah) dan sesudah <i>editing</i> (final)	Kak Ristya Pradipta, Kak Vamela Aurina	Secara berkala, penulis mengunggah video-video yang diambil untuk keperluan perusahaan di dalam drive yang telah disediakan sebagai aset.
-----	---	--	---

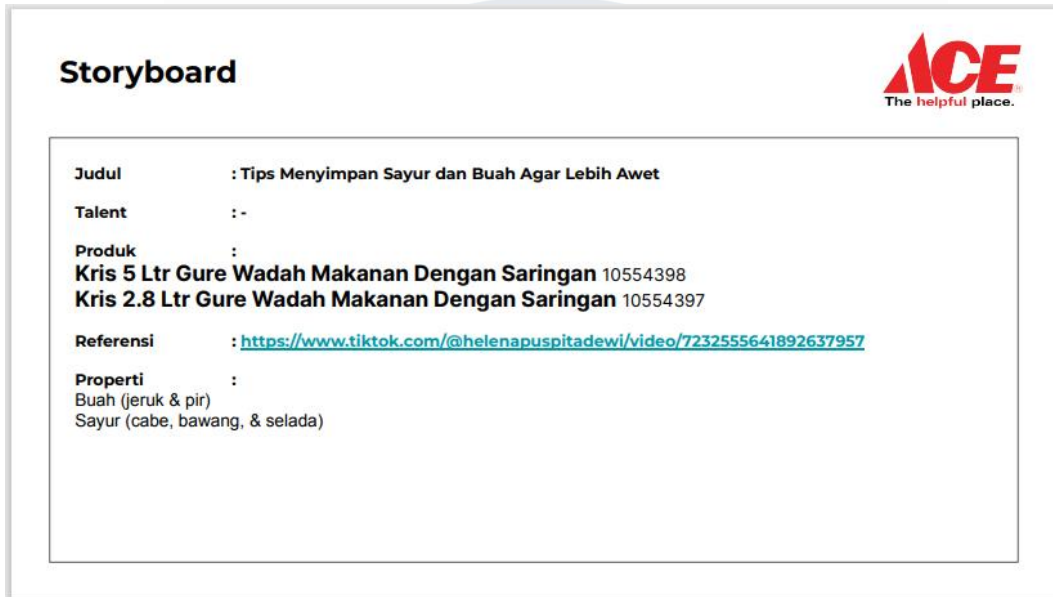
### 3.2.2. Uraian Kerja Magang

Selama periode magang terhitung 640 jam di PT Ace Hardware Indonesia, penulis mengerjakan tugas-tugas yang tertera dengan pengetahuan pemasaran yang telah dipelajari selama perkuliahan penulis sebagai mahasiswa program studi Manajemen penjurusan *Marketing*. Dari praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis, penulis berkesempatan untuk mengimplementasikan langsung teori-teori mata kuliah Brand Management, Integrated Marketing Campaign, Digital Marketing, dan Marketing Management, dan diuraikan sebagai berikut:

#### 3.2.2.1. Membuat skrip storyboard konten marketing produk dari katalog.

Storyboard merupakan sebuah proses perencanaan narasi yang menampilkan petunjuk visual untuk memudahkan penulis sebagai pembuat konten mengatur dan menggambarkan adegan, peristiwa, serta dialog yang diinginkan secara berurutan. Storyboard yang dibuat oleh penulis ditujukan sebagai alat komunikasi yang mengkonseptualisasikan ide penulis dengan lebih jelas dan konkret dapat tersampaikan kepada pekerja tetap sebagai mentor serta supervisi yang memfinalisasikan ide penulis. Selain sebagai alat komunikasi kepada mentor dan supervisi, storyboard konten juga digunakan sebagai alat penyampaian ide untuk *talent* konten terkait. Penulis akan memberikan serta menjelaskan ide penulis untuk dieksekusi bersama talent.

Berikut salah satu contoh storyboard yang telah penulis buat:



*Gambar 7 Storyboard Halaman Pertama Pada Lembar Penugasan*

Halaman pertama akan diisi dengan judul, talent, produk beserta SKU (Stock Keeping Unit), referensi, serta properti sebagai informasi awal. Produk merupakan barang yang perlu dihighlight dalam konten. Sedangkan properti merupakan produk atau barang pendukung yang akan melengkapi video. Halaman awal ini bertujuan memberi tahu atasan serta talent yang akan bekerja sama terkait pengetahuan mendasar dari suatu konten.

Pada penulisan storyboard konten dengan produk sentris yang bertujuan untuk memicu pembelian dari audiens, biasanya produk highlight akan didapat melalui 2 cara. Biasanya, setiap periodenya PT Ace Hardware Indonesia akan mengeluarkan katalog digital yang telah disesuaikan dengan tematik yang diangkat. Dari sana, biasanya penulis akan memilih 2-3 produk untuk diangkat. Namun, jika Kak Ristya Pradipta sebagai mentor memiliki produk lain yang lebih memiliki urgensi untuk diangkat, maka penulis akan *highlight* produk yang dianjurkan oleh mentor. Contohnya adalah sebagai berikut:





**Gambar 8 Dokumentasi Proses Pemberian Tugas**

Kemudian, pada halaman kedua, akan memuat jabaran-jabaran dialog meliputi text yang nantinya akan muncul per skenarionya. Hal ini bertujuan untuk mempermudah mentor, dan supervisi untuk screening, serta sebagai acuan untuk talent mengerti dan menghafalkan dialog saat mengambil video. Adapun gambaran halaman kedua pada storyboard konten produk sentris yang telah dibuat oleh penulis ialah sebagai berikut:

## Storyboard



### Sound: Record

#### SHOT 1

**Beauty shot** sayur dan buah yang sudah tersimpan di dalam wadah  
VO & Teks: Tips Menyimpan Sayur & Buah Agar Tetap Segar dan Awet

#### SHOT 2

Sayur dimasukkan ke wadah kemudian dicuci dan ditiriskan

#### SHOT 3

**Beauty shot produk**

#### VO & Teks SHOT 2-3:

Pertama, cuci sayur terlebih dahulu  
Gunakan Kris 5 Ltr Gure Wadah Makanan Dengan Saringan untuk membantu mencuci dan menyimpan sayur-sayuran supaya tetap segar dan awet

Wadah ini sudah

- Kedap udara
- Anti bocor
- Sekat bisa dilepas-pasang
- Dilengkapi strainer
- BPA Free

Fitur-fitur ini penting banget buat menjaga kualitas sayur yang disimpan agar tetap segar.

#### SHOT 4

**Wadah size lain inframe, dan digunakan untuk buah-buahan**

VO & Teks:

Gak cuma sayur, buah yang disimpan di wadah ini akan lebih awet dan segar dibandingkan menggunakan wadah lain loh!

#### SHOT 5

**Wadah dimasukkan ke dalam kulkas**

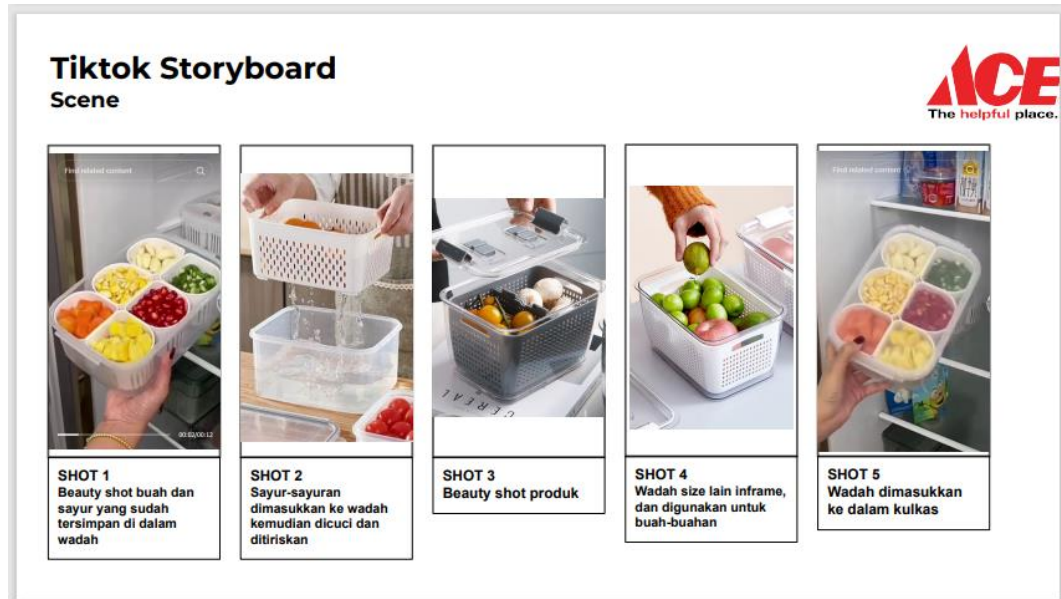
VO & Teks:

Dan wadah ini, bisa kamu dapatkan di toko ACE Indonesia terdekat!

*Gambar 9 Storyboard Halaman Kedua Pada Lembar Penugasan*

Penulis akan menuliskan skenario dengan bold, dan skrip dengan keterangan apakah itu VO atau diambil langsung. Dan untuk melengkapi gambaran konsep, penulis akan memberikan ilustrasi contoh sebagai gambaran kasar apa yang akan dilakukan talent. Adapun gambaran pada halaman ketiga sebagai berikut:

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



*Gambar 10 Storyboard Halaman Ketiga Pada Lembar Penugasan*

Selama proses pengerjaan storyboard konten produk, penulis mengimplementasikan beberapa teori yang didapatkan melalui mata kuliah Marketing Management, Integrated Marketing Communication, dan Brand Management sebagai berikut:

#### **Teori 7P:**

Proses pembuatan storyboard konten merupakan perancangan dalam pelaksanaan salah satu bentuk 7P, yaitu Promotion. PT Ace Hardware Indonesia berkembang dengan pemeliharaan prinsip perkembangan 7P, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process*. Penulis mempraktikkan teori *Promotion: Advertising* (iklan) yang bertujuan untuk mempengaruhi minat beli konsumen, membangun *brand awareness*, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

#### **Teori konsep “ROI” dalam membuat kreasi iklan yang efektif**

- *Relevant*: Memberikan “sesuatu” untuk target audiens.

Dalam contoh konten marketing produk “Kris Gure Wadah Penyimpanan Dengan Saringan”, penulis memberikan tips sebagai solusi atas permasalahan yang kerap dihadapi oleh para audiens, yaitu makanan yang disimpan biasanya cepat basi. Sebagai solusi, penulis memberikan tips untuk menyimpan di wadah penyimpanan Kris Gure yang memiliki saringan di dalamnya dan kedap udara sehingga kualitas bahan makanan audiens bisa terjaga.



*Gambar 11 Kris Gure Wadah Penyimpanan Dengan Saringan*

- *Original*: Sesuatu yang baru, tidak terduga, dan tidak biasa.

Penulis menonjolkan keunggulan Kris Gure sebagai wadah penyimpanan yang memiliki saringan di dalamnya dan terdapat sekat. Sehingga selain membantu menjaga kesegaran makanan, pengguna juga bisa memanfaatkan fitur saringan untuk membantu proses pembersihan bahan makanan. Penulis juga

menunjukkan bahwa permasalahan terjatuhnya bahan makanan saat mencuci dapat dihindari dengan menggunakan wadah makanan Kris Gure ini.



**Gambar 12 Kris Gure Memiliki Fitur Saringan**



**Gambar 13 Kris Gure Terlihat Mempermudah Proses**

Hal ini menjadi sesuatu yang tidak biasanya dilihat ditunjukkan oleh penulis sebagai bentuk implementasi *original*.

- *Impact*: Memberikan impresi terhadap audiens.

Kecanggihan fitur kedap dan sekaligus bisa menjadi saringan ditonjolkan oleh penulis untuk mengundang impresi yang kemudian diharapkan membawa dampak bagi penjualan produk. Walaupun nilai penjualan tidak dapat diukur hanya dengan 1 konten yang tersebar di beberapa media seperti Instagram, Youtube, dan Shopee Video, berikut dokumentasi respons yang didapatkan di kolom komentar postingan Instagram Kris Gure Wadah Penyimpanan Dengan Saringan:



**Gambar 14** Unggahan Konten Kris Gure @aceindonesia

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 15** Unggahan Kris Gure pada @aceindonesia

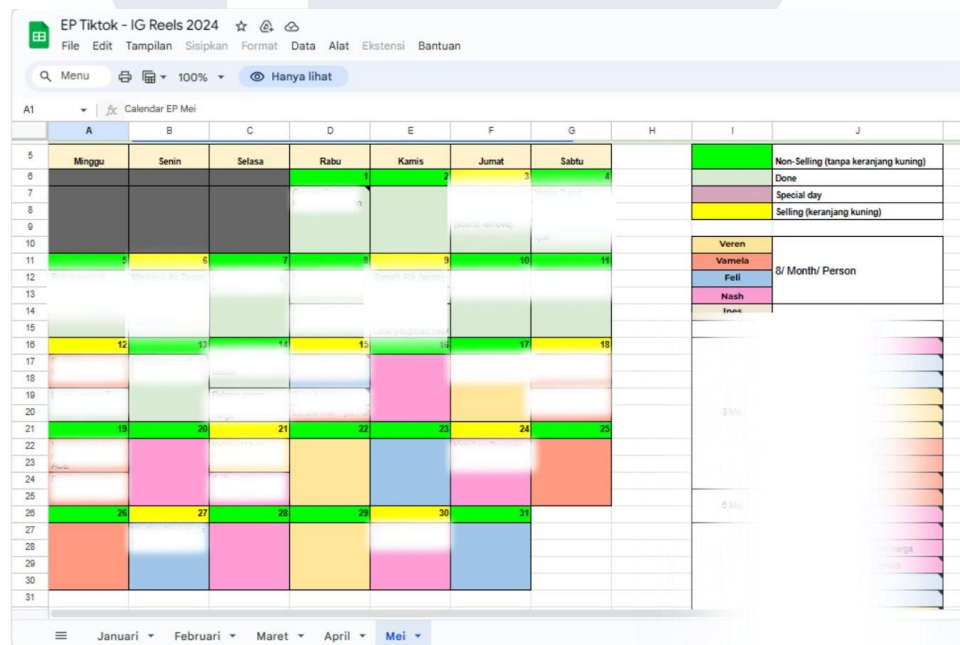
Terlihat bahwa unggahan konten produk sentris ini membuahkan hasil dan dampak (*impact*) berupa impresi dan pertanyaan seputar harga dari produk Kris Gure.

### **Teori Brand Archetypes**

Pada proses pembuatan *storyboard* konten produk sentris, penulis juga belajar untuk mengaplikasikan materi pada mata kuliah Brand Management. Menurut teori 12 Brand Archetypes, setiap brand memiliki kepentingan untuk memainkan suatu peran. Dan, PT Ace Hardware Indonesia menggunakan peran sebagai “The Hero” yang membuktikan nilai melalui tindakan untuk menjadi kuat, kompeten, dan berani untuk menjadi pahlawan bagi konsumen.

### 3.2.2.3. Membuat skrip storyboard konten non-produk untuk media TikTok.

Seperti poin yang telah dijelaskan bahwa storyboard merupakan sebuah alat bantu untuk penulis berkomunikasi dengan para mentor dan talent mengenai ide konten menggunakan petunjuk visual, peran storyboard konten untuk non-produk sentris yang dibuat untuk diunggah ke sosial media TikTok PT Ace Hardware Indonesia. Namun, alur pembuatan storyboard konten non-produk cukup berbeda dengan alur pembuatan storyboard konten produk. Setiap bulannya, setiap individu akan mendapatkan jadwal *posting* sebanyak 8 unggahan, meliputi jenis konten produk dan non-produk yang dapat dilihat di Editorial Plan (EP), seperti gambar ini:



Gambar 16 Editorial Plan TikTok @ACEIndonesia

Kolom judul akan diberi warna sesuai penanggung jawab. Penulis mendapatkan jadwal dengan warna biru. Penulis harus menyesuaikan jenis konten yang dapat dilihat pada warna tulisan angka tanggal. Jika penulis dijadwalkan untuk membuat konten dengan kolom tanggal berwarna hijau, berarti penulis perlu



membuat storyboard konten non-produk sentris. Sedangkan untuk tanggal dengan kolom berwarna kuning, penulis cukup mengunggah konten non-produk yang telah dibuat untuk Instagram.

Adapun bentuk storyboard untuk konten non-produk tidak jauh berbeda dengan storyboard konten produk, sebagai berikut:

**ACE**  
The helpful place.

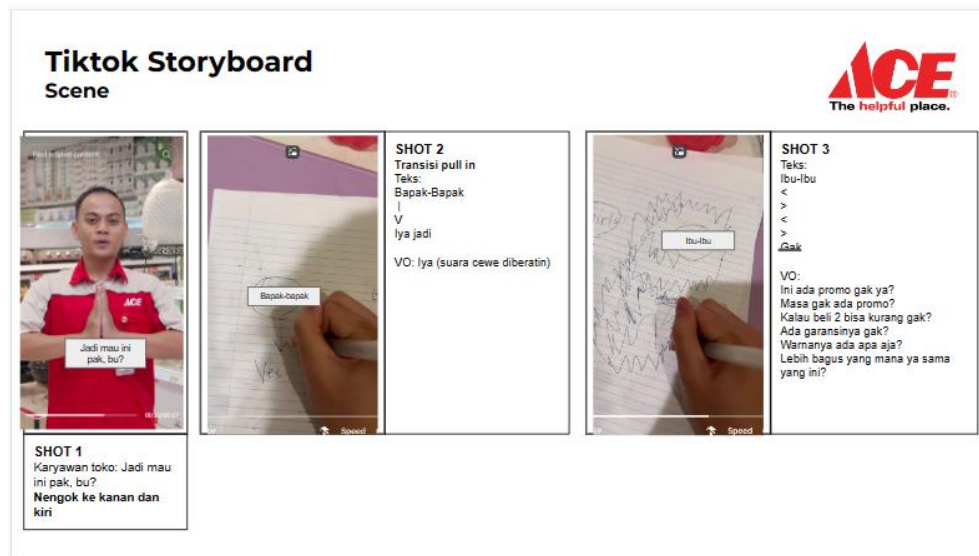
**Storyboard**

<b>Judul</b>	: Perbedaan Ibu-Ibu dan Bapak-Bapak
<b>Talent</b>	: -
<b>Produk</b>	: <a href="https://www.ruparupa.com">Jual Soleil Set 4 Pcs Phantom Kursi Meja Teras Textilene Original   ACE (ruparupa.com)</a>
<b>Referensi</b>	: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSE7nvVOA/">https://vt.tiktok.com/ZSE7nvVOA/</a>
<b>Properti</b>	: Buku dan pulpen

*Gambar 17 Halaman Pertama Storyboard Non-Produk Sentris Pada Lembar Penugasan*

Halaman pertama sama seperti storyboard konten produk sentris, namun untuk storyboard non-produk halaman kedua langsung berbentuk ilustrasi yang dilengkapi oleh teks hasil editan serta penjelasan dibawahnya, seperti berikut 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



Gambar 18 Halaman Kedua Storyboard Non-Produk Sentris Pada Lembar Penugasan

### Teori Brand Image

Penulis mempraktikkan pengetahuan dan ilmu yang didapatkan semasa mengikuti mata kuliah Brand Management. Pada mata kuliah Brand Management, penulis mengetahui bahwa untuk mempertahankan citra-citra tertentu, terdapat brand element dan brand guideline yang perlu ditaati untuk membangun citra positif di masyarakat. Penulis kerap membuat konten-konten yang relate atau menceritakan masalah-masalah yang menggambarkan kehidupan audiens sehari-hari sebagai hiburan. Adanya perhatian dari perusahaan ke dalam kehidupan audiens sehari-hari menciptakan brand image positif dan juga dapat membawa nama ACE Indonesia ke alam bawah sadar audiens. Namun, tugas ini penulis buat dengan pertimbangan guidelines yang ada di perusahaan dalam upaya menjaga brand image. Hal ini nantinya diharapkan dapat membantu calon konsumen mengingat ACE Indonesia saat membutuhkan peralatan rumah tangga.

#### 3.2.2.4. Mengurus surat Tanda Terima Online di cabang.

Tanda Terima Online (TTO) merupakan berkas yang perlu dibuat untuk meminjam barang dari toko yang akan digunakan sebagai properti untuk *shooting*

konten sosial media PT Ace Hardware Indonesia. Penulis biasanya akan hadir lebih dulu di lokasi *shooting* yang biasanya terletak di Living World Alam Sutera karena rumah penulis paling dekat dengan lokasi serta pembagian tugas dengan rekan lain. Kehadiran penulis lebih pagi di lokasi *shooting* diperlukan untuk mengurus pembuatan Tanda Terima Online (TTO) di toko. Penulis akan berkoordinasi dengan petugas yang bertugas untuk memproses berkas tersebut



*Gambar 19 Dokumentasi Penulis Telah Berhasil Mengurus Tanda Terima Online (TTO)*

Setelah Tanda Terima Online (TTO) jadi, penulis akan meminta cap ke bagian *security loading dock*, lalu beranjak membantu pegawai toko mengambil barang yang dibutuhkan. Setelah semua barang terkumpul, barulah penulis bisa membawa barang properti *shooting* ke luar wilayah toko.

### **Pelaksanaan Professional Business Ethics**

Pada setiap proses komunikasi dan kerjasama antara penulis dengan intern lain maupun karyawan, atasan, dan sebagainya, termasuk saat bekerja sama dengan karyawan cabang, penulis mempraktikkan pelaksanaan Professional Business Ethics. Penulis bekerja sama dengan mempraktikkan nilai-

nilai yang tertanam dalam perusahaan sebagai etika kerja yang berlaku, sebagai berikut:

- a. Innovative: Penciptaan nilai yang out of the box.
- b. Accountable: Bertanggung jawab pada diri sendiri.
- c. Mastery: Menguasai karakter, pengetahuan & keterampilan diri sendiri.
- d. Excellence: Kata melebihi standar, melakukan yang terbaik dari yang kita bisa.
- e. Leadership: Menentukan & menginspirasi orang lain, membangun pemimpin yang baru.
- f. Integrity: Konsisten bertindak sesuai dengan nilai-nilai moral & etika.
- g. Teamwork: Bekerja kolaboratif menuju pencapaian tujuan organisasi.
- h. Enthusiasm: Punya antusias, berpikir positif, dan termotivasi penuh.

#### **3.2.2.5. Shooting konten marketing produk dan non-produk sentris**



*Gambar 20 Dokumentasi Keadaan Sebelum Shooting di Informa Custom Furniture*

Proses shooting biasanya dilakukan setelah penulis dan rekan mengambil properti dari toko. Penulis akan berdiskusi dengan rekan terkait urutan *shooting* serta memberikan *brief* kepada rekan yang berperan sebagai talent menggunakan *storyboard*.



**Gambar 21 Penulis Memindahkan Properti Sambil Melakukan Brief Dengan Rekan Sebagai Talent**

Selain itu, penulis juga akan membantu rekan menjadi talent untuk konten mereka. Disinilah penulis bertugas sebagai pengambil video dan gambar, serta pengarah talent. Proses ini dilakukan bersama Kak Vamela Aurina, Kak Febrines Stevanif, Veren Moon, Nasywa Axelia, dan Kak Ristya Pradipta. Terkadang, apabila dibutuhkan talent pria, penulis dan rekan kerja juga turut mengajak Kak Ken Fahriza untuk *shooting* sebagai talent.

## **Teori Transformational Leadership**

Penulis mengerjakan tugas shooting produk marketing produk dan non-produk sentris dengan banyak pihak. Dan disini penulis banyak mengembangkan bagaimana cara menjalin hubungan dan dalam proyek yang penulis buat, penulis akan berperan sebagai leader untuk memimpin jalannya proyek. Disini penulis mempraktikkan teori untuk menjadi pemimpin yang memanusiakan manusia, dan tetap bertanggung jawab atas kesalahan yang diperbuat.



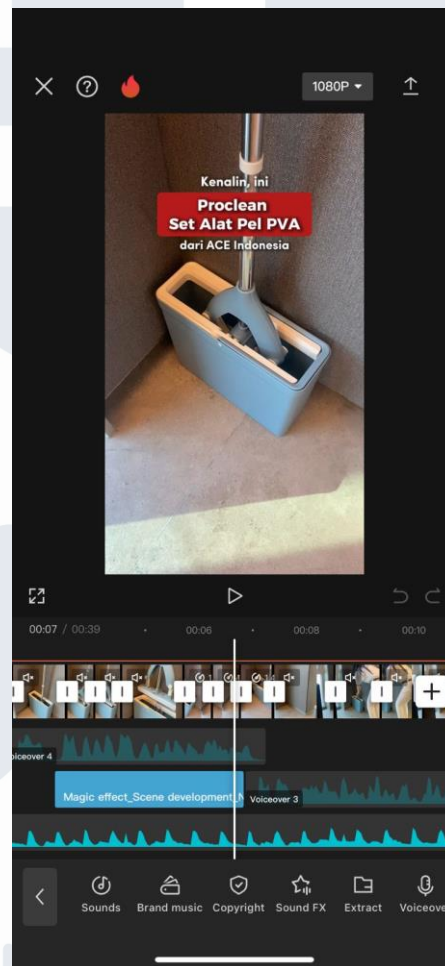
*Gambar 22 Dokumentasi Situasi Pasca Shooting*

### **3.2.2.6. Editing konten marketing produk dan non-produk sentris**

Hari kerja berikutnya setelah pengambilan video dan foto dilakukan, penulis akan memulai proses penyuntingan video terkait. Proses penyuntingan dilakukan penulis menggunakan aplikasi CapCut, dan dengan aset bantuan dari

laman [www.ruparupa.com/acestore](http://www.ruparupa.com/acestore). Pada proses ini, penulis akan terlebih dahulu membuat suara *voice over* yang dilakukan di *meeting room*, lalu kemudian menata cuplikan, hingga akhirnya menginput teks, suara pelengkap, hingga mengatur cahaya pada cuplikan.

Tidak hanya itu, proses penyuntingan dilakukan dengan mempertimbangkan teori brand karena penulis tetap harus mempertimbangkan *brand elements* dan *brand image* yang akan dihasilkan melalui konten penulis.



**Gambar 23 Screenshot Proses Editing Konten di Ponsel Penulis**

Nantinya, hasil suntingan akan melalui proses screening 1 (dengan mentor) dan screening 2 (dengan supervisi).

### **Praktik Mata Kuliah Brand Management**

Penulis memperhatikan brand elements yang PT Ace Hardware Indonesia miliki dan menaati peraturan brand yang ada di perusahaan saat melakukan tugas editing konten produk maupun non-produk untuk menjaga dan menumbuhkan brand image yang positif.

#### **3.2.2.7. Melakukan live shopping di platform e-commerce Shopee untuk meningkatkan penjualan melalui pemasaran yang dilakukan.**

Live shopping dilakukan untuk meningkatkan interaksi dengan calon konsumen yang menjadi audiens melalui platform e-commerce shopee secara *real-time* (langsung). Pelaksanaan *live shopping* tentu membantu perusahaan untuk memberikan informasi lebih detail langsung mengenai produk yang ditawarkan dan menjawab secara langsung juga pertanyaan yang diajukan oleh pembeli. Pelaksanaan *live shopping* ini merupakan implementasi materi mata kuliah Marketing Management, yang termasuk ke dalam **teori 4P**, bagian *promotion: personal selling*. *Live shopping* dapat dikatakan sebagai implementasi *personal selling* sebab fitur ini membuat penulis sebagai tim *marketing* dapat berkomunikasi dengan calon pembeli dan calon pembeli dapat membeli produk tanpa meninggalkan laman *streaming*.

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 24 Penulis Bersama Rekan Penulis Melakukan Live Shopping*

*Live shopping* yang dilakukan oleh penulis berhasil menghasilkan penjualan di angka 176,67% dari target awal. Ibu Bella Wilvensus selaku Digital Marketing & Commerce Manager turut memberikan hadiah sebagai bentuk apresiasi kepada penulis dan rekan penulis, Veren Moon.

U M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



*Gambar 25 Dokumentasi Hadiah Sebagai Apresiasi Untuk Penulis Dan Rekan*

#### **3.2.2.8. Membuat artikel untuk laman resmi PT Ace Hardware Indonesia ([acehardware.co.id](http://acehardware.co.id))**

Selain membuat konten marketing berupa video, penulis juga memiliki tugas untuk membuat konten marketing berupa artikel yang nantinya akan diunggah di laman resmi PT Ace Hardware Indonesia ([www.acehardware.co.id](http://www.acehardware.co.id)). Konten artikel yang dibuat oleh penulis turut dilaksanakan dengan dorongan ilmu yang penulis dapatkan di mata kuliah **Digital Marketing**. Dalam mata kuliah Digital Marketing, penulis belajar tentang klasifikasi atau tema dari konten, yaitu *educate*, *entertain*, *inspire*, dan *convince*. Sering kali, dalam pembuatan artikel penulis membuat menggunakan klasifikasi konten *educate* yang ditutup dengan *convince*.

**ACE**  
The Future of Home

Halo, what are you searching for?

Store Location Contact Us Download App Structure

PRODUCT SELECTION BUY ONLINE ACE FOR BUSINESS WHATSAPP SHOPPING ACE MEMBERSHIP INSPIRATION CORPORATE

LATEST ARTICLES

## USIR TUNGAU DENGAN 5 CARA INI, AMPUH DAN EFEKTIF

16 January 2024



**RELATED ARTICLE**



15 October 2020  
USIR TUNGAU DI KASUR DENGAN PENGIAP DEBU IRI & OHYAMA



19 May 2022  
CARA MENATA BARANG AGAR KAMAR LEBIH RAPI DAN BERSIH

**MOST READ**



24 February 2020  
REKOMENDASI LIMA AC PORTABLE TERBAIK PALING SEJUK DAN HEMAT TEMPAT YANG BISA DITEMUKAN DI ACE ONLINE



21 December 2020  
BELANJA PRODUK ACE DI MANA PUN DAN KAPAN PUN MELALUI ACE ONLINE

Written by: [felloacey](#)

Tungau merupakan serangga kecil yang terkenal dapat membuat badan gatal-gatal dan bengkak. Bahkan tak cuma itu, tungau juga bisa menyebabkan batuk, gangguan pernapasan seperti sesak napas, hingga nyeri pada dada.

Serangga yang satu ini biasanya sering ditemukan di kasur, sofa, gorden, tempat tidur hewan peliharaan dan tempat-tempat lembap lainnya yang memudahkan mereka untuk berkembang biak.

*Gambar 26 Tangkapan Layar Artikel Karya Penulis*

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 1. Bersihkan area dengan pengisap debu



Selain dapat membersihkan kotoran dan debu, pengisap debu juga bisa mengangkat tungau yang terperangkap hingga ke dalam serat-serat kasur, karpet, sofa dan lainnya. Lebih ampuh dan efektif lagi dengan menggunakan **Klaz Pengisap Debu & Pembasmi Tungau UV Cordless** dari ACE Indonesia.

*Gambar 27 Tangkapan Layar Artikel Karya Penulis*



## 2. Cuci seprai secara rutin



Seprai sebagai bagian terluar yang paling banyak bersinggungan dengan manusia harus dicuci setidaknya seminggu sekali untuk membasmis tungau. Dengan mengganti lapisan teratas yang berkemungkinan ditempati tungau untuk mengambil sel-sel kulit mati, kita dapat melindungi diri dan keluarga tersayang dari banyak penyakit.

Untuk memperkuat langkah preventif, disarankan untuk menggunakan seprai dengan material microfiber yang mudah menyerap panas dan *breathable* agar lebih aman dan mudah mengeluarkan tungau saat mencuci. Kamu bisa menggunakan seprai seperti **Sleeplite Seprai Flat King Embossed Hotel Series** yang memiliki kerapatan benang tinggi sehingga dapat membantu untuk mencegah gigitan tungau.

[sleeplite-250x240-cm-set-5-pcs-set-seprai-king-embossed-hotel-series.html?utm\\_source=acehardware.co.id&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=](https://www.acehardware.co.id/sleeplite-250x240-cm-set-5-pcs-set-seprai-king-embossed-hotel-series.html?utm_source=acehardware.co.id&utm_medium=referral&utm_campaign=)

*Gambar 28 Tangkapan Layar Artikel Karya Penulis*

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3. Jemur setiap dua bulan sekali




Faktanya, tungau tidak bisa bertahan hidup di suhu tinggi. Hal ini dapat kita jadikan celah untuk membersihkan tungau. Jemur seprai, gorden, kasur, dan tempat-tempat lembab lainnya di bawah paparan sinar matahari.

Jika tidak mau pusing angkat-angkat kasur, gunakanlah **Lampu UV Disinfektan** untuk memberikan paparan sinar UV dan untuk mendisinfektasikan tak hanya kasur, bahkan seruangan. Lampu ini dapat digunakan untuk cakupan area 40 m2 dan dioperasikan menggunakan remote kontrol.

*Gambar 29 Tangkapan Layar Artikel Karya Penulis*





Store Location

PRODUCT SELECTION
BUY ONLINE
ACE FOR BUSINESS
WHATSAPP SHOPPING
ACE MEN

**4. Gunakan dehumidifier**



Dehumidifier adalah alat yang dapat mengurangi kadar kelembaban pada ruangan. Alat ini dapat meminimalisir pertumbuhan kembang tungau dengan teknologi penyerap kelembaban pada ruangan.

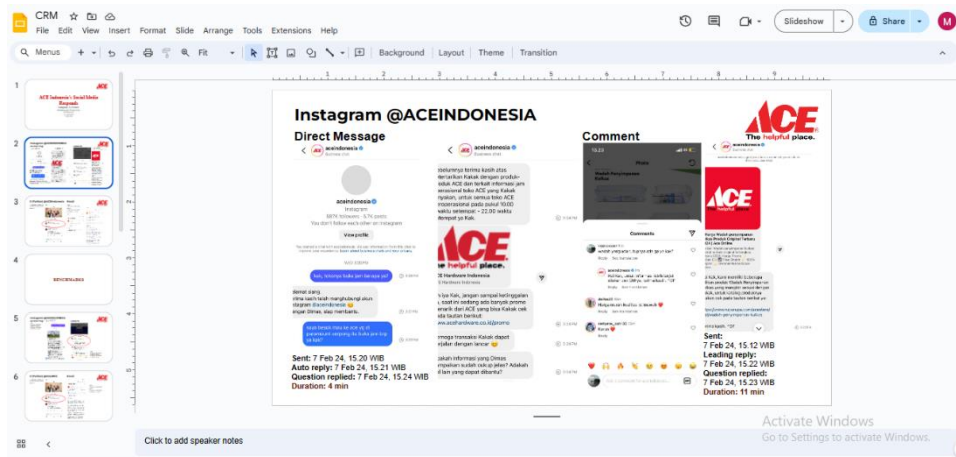
Tidak perlu bingung memilih dehumidifier berkualitas, **Kris Dehumidifier Dengan Display 16 Ltr** hadir dengan 3 opsi pengaturan level dehumidifikasi (rendah, sedang, tinggi) yang dapat disesuaikan bersamaan dengan fitur *timer* sesuai kebutuhan. Dengan menggunakan dehumidifier Kris, kelembaban ruangan yang stabil dapat mencegah perkembangbiakan dari tungau.

*Gambar 30 Tangkapan Layar Artikel Karya Penulis*

### **3.2.2.9. Membuat laporan analisis ACE Indonesia's Social Media Response**

Kak Ristya Pradipta selaku mentor penulis menugaskan penulis untuk menganalisis respon dari sosial media @aceindonesia dengan para kompetitor dalam bentuk laporan. Penulis kemudian melaksanakan tugas dengan mencoba menghubungi sosial media @aceindonesia dan beberapa kompetitor seperti gambar berikut:

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 31 Tangkapan Layar Pekerjaan Penulis Menganalisis @aceindonesia Social Media Responds**

Hasil dari analisis kemudian menghasilkan *insight* simpulan bahwa respon *direct message* dan *comment* Instagram @aceindonesia sudah tergolong sangat cepat dan solutif. Begitu juga dengan email. waktu yang diambil untuk menjawab dan memberikan solusi memuaskan pelanggan. Namun untuk reply tweets di X (Twitter) dapat diperbaiki. Jika dilihat dari akun-akun serupa, ACE Indonesia menduduki posisi kedua setelah Sociolla dari 6 akun. Akan tetapi waktu yang dimiliki ACE Indonesia untuk menjawab pun sudah tergolong sangat cepat.

### 3.2.2.10. Packing hampers untuk para Key Opinion Leader (KOL)

Key Opinion Leader (KOL) adalah pihak yang dipercayai oleh masyarakat dalam suatu bidang keahlian tertentu. Atas keahliannya dalam bidang tersebut, pihak atau individu yang menjadi Key Opinion Leader (KOL) kemudian memiliki kekuatan untuk mempengaruhi kepercayaan pengikutnya. Hal ini tentu PT Ace Hardware Indonesia manfaatkan dengan cara mengirimkan hampers lebaran untuk beberapa Key Opinion Leader (KOL) sesuai bidang masing-masing untuk meningkatkan brand awareness serta mempererat hubungan personal dengan Key Opinion Leader (KOL).





*Gambar 32 Hampers KOL Suka Berolahraga*

Hal ini penulis yakinkan sebagai salah satu muatan materi yang telah diajarkan pada mata kuliah **Integrated Marketing Campaign** terkait *Overview of Advertising: Alternative Creative Strategies*, yaitu menggunakan *Brand Image Strategy*.

### **3.3. Kendala yang Ditemukan**

Tentu dalam setiap proses, terdapat hambatan yang dirasakan, termasuk saat penulis melakukan praktik kerja magang di PT Ace Hardware Indonesia. Beberapa kendala diantaranya adalah:

1. Kendala Orientasi

Penulis masuk lebih awal dari mahasiswa magang dari universitas lain sehingga penulis saat itu bekerja dengan mahasiswa magang di batch tahun lalu yang secara kinerja sudah lebih cepat dan tangkas. Pada saat itu, penulis merasakan tuntutan yang cukup membuat penulis kesusahan karena kurangnya masa orientasi untuk mengenalkan penulis ke dunia kerja. Selain itu, penulis

sempat merasa kewalahan dalam mengejar deadline dan sempat kebingungan karena pada masa peralihan, penulis sudah diberikan tugas dari 3 orang berbeda. Dan hal ini cukup menjadi hambatan bagi penulis.

## 2. Proses Perpindahan Properti ke Lokasi Shooting

Penulis dan para rekan penulis kerap kali merasa kesulitan ketika proses pemindahan produk ke lokasi *shooting*. Terkadang ketika lokasi shooting tidak di satu gedung dengan toko, penulis dan para rekan perlu mengangkut properti dari toko ke mobil Grab, lalu dari mobil Grab ke lokasi shooting. Tak jarang produk yang diperlukan memiliki bobot yang cukup berat ataupun bentuk yang terlalu besar. Penulis dan rekan penulis merupakan wanita yang memiliki kekuatan tidak sebanyak pria, dan hal ini cukup menguras tenaga penulis dan rekan. Serta tak jarang penulis dan rekan merasa kewalahan.

## 3. Komunikasi Korporasi

Perbedaan tanggung jawab dari setiap pekerja tetap cukup dirasa kompleks dan rumit. Penulis sempat memiliki konflik dengan salah satu pekerja tetap yang disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, gaya komunikasi salah satu pekerja tetap cukup dirasa menusuk oleh penulis. Penulis yang sebelumnya berorganisasi dan berkomunikasi dengan dosen, rekan, serta pembimbing secara baik-baik dan kekeluargaan walaupun secara formal, merasa terkejut dan tidak terbiasa. Penulis kemudian sempat mengikuti cara bicaranya (sedikit lebih acuh dari sebelumnya) juga ternyata cukup memperkeruh keadaan. Kedua, adanya kesalahan yang dibuat penulis pada saat awal kerja magang. Penulis sempat melakukan kesalahan yang dapat dikatakan sebagai awal mula konflik. Sebab, semenjak saat itu, penulis merasa adanya kesubjektifan dari pekerja tetap terkait kepada penulis. Ketiga, kompleksnya tanggung jawab dan strata pekerjaan yang sudah terbentuk di divisi juga sempat menyebabkan kesalahpahaman. Dari perspektif penulis, penulis merasa adanya kesubjektifan

dari teguran-teguran yang diberikan. Penulis merasa hanya menjalankan tugas dari pekerja tetap lain namun masih disalahkan atas hal yang menurut saya bukan salah saya. Namun dari perspektif lainnya, hal ini disebabkan karena adanya tanggung jawab lebih dari pekerja tetap terkait. Konflik ini menjadi hambatan terbesar di proses kerja magang.

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

Walau demikian, pada akhirnya penulis mendapatkan solusi atas hambatan-hambatan yang ditemukan, dengan rincian sebagai berikut:

#### **1. Kendala Orientasi**

Penulis akhirnya sempat berkonsultasi dengan supervisi dan menyampaikan kesulitan yang dialami penulis. Dan kemudian, diingatkan kembali ke pada pekerja tetap. Semenjak saat itu, secara perlahan tugas yang diberikan kepada penulis lebih diringankan, hingga akhirnya dirasa penulis sudah siap mendapatkan tugas yang lebih, tugas yang dimiliki penulis baru perlahan-lahan ditambahkan hingga akhirnya sesuai ekspektasi awal para pekerja tetap dan supervisi. Hal ini cukup melegakan bagi penulis karena pada akhirnya penulis bisa bekerja dengan maksimal.

#### **2. Proses Perpindahan Properti ke Lokasi Shooting**

Sebagai solusi, penulis dan rekan kerap kali meminta bantuan pengemudi Grab dan petugas toko yang sedang berjaga untuk membantu penulis dan rekan untuk memindahkan properti kebutuhan *shooting*. Dan juga, ketika lokasi *shooting* berada di Head Office (Kantor Pusat) Kawan Lama Group, penulis dan rekan akan meminta bantuan rekan divisi lain yang memiliki lebih banyak tenaga untuk membantu.

### 3. Komunikasi Korporasi

Penulis yang memiliki kerabat dekat di kantor kerap menceritakan keluhan kesahnya terhadap kerabat tersebut. Kemudian secara tidak sengaja terdengar ke divisi Human Capital Business Partner (HCBP) PT Ace Hardware Indonesia. Setelah itu, penulis dipanggil untuk berkonsultasi dengan HCBP, dengan bimbingan supervisi. Disana, penulis diajak berdialog dan mengkomunikasikan kendala yang dialami oleh penulis dan diberikan wejangan untuk beradaptasi di dunia kerja. Beberapa saat setelah penulis pergi, pegawai tetap terkait masuk ke dalam ruangan dan terlihat berdialog dengan HCBP dan supervisi. Semenjak saat itu, perlahan pegawai tetap terkait menjadi lebih lunak terhadap penulis. Penulis yang juga diberikan wejangan untuk lebih memahami pegawai tetap tersebut akhirnya bisa memiliki komunikasi yang lebih baik dengan pegawai tetap tersebut.

Hingga saat ini, akhirnya penulis dan pegawai tetap tersebut akhirnya memiliki hubungan yang baik.

