

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada proses pelaksanaan praktik kerja magang, penulis dipercaya untuk menjabat sebagai bagian dari CMO (*Chief Marketing Officer*) pada perusahaan startup yang bernama Svstain. Penulis pada saat ini melaksanakan program kerja magang yang dilaksanakan selama 800 jam mulai dari tanggal 29 januari 2024 sampai 31 mei 2024. Penulis ditugaskan untuk melakukan pemasaran dan juga meningkatkan kesadaran masyarakat luas pada produk yang ada pada perusahaan Svstain melalui digital marketing di media sosial Instagram @SvstainCloth. Oleh karena itu penulis akan menjelaskan lebih rinci terhadap kedudukan dan juga koordinasi sebagai *Chief Marketing Officer* pada Svstain dibawah ini.

Pada proses pelaksanaan kerja magang, penulis memiliki kedudukan sebagai *Chief Marketing Officer* yang dibimbing langsung oleh Michelle Greysiantidan Hoky Nanda sebagai pembimbing lapangan dari Skystar Ventures. Pembimbing memiliki peran yang berbeda, pembimbing lapangan tentunya memiliki peran penting karena berinteraksi langsung kepada mahasiswa dan memberikan arahan pada aspek bisnis dan juga membantu mengamati serta memberikan penilaian terhadap evaluasi kerja yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa tersebut selama menjalani program magang tersebut. Kemudian penulis juga memiliki pembimbing tambahan yaitu bernama Rizky Novita sebagai mentor. Rizky Novita sendiri memiliki peran yang berbeda yaitu sebagai mentor yang dimana, beliau memberikan pendampingan pada pengembangan ide bisnis yang telah dijalankan dan juga cara yang baik agar ide tersebut dapat diimplementasikan pada produk yang ingin dibuat oleh suatu kelompok dalam menjalankan bisnis.

Untuk proses koordinasi yang dilakukan yaitu, setiap adanya pelaksanaan pekerjaan maka penulis akan mencari proses iklan yang sedang trending pada saatbulan tersebut dan dilakukan melalui cara *digital marketing*. Kemudian penulis selaku CMO akan melakukan pertemuan rutin agar menyelaraskan teknik dari pemasaran yang akan

dilakukan. Hal ini bertujuan agar CCO dapat memiliki tujuan yang sama dalam melakukan pemasaran. Kemudian CMO berdiskusi terkait hal yang sedang trending agar dapat diimplementasikan secara langsung bersama CCO. CMO juga melakukan pencatatan pada *notepad* pribadi agar setiap ide yang ditemukan dapat didiskusikan kembali pada CCO. Setelah itu CMO akan menentukan jadwal upload yang akan dilakukan agar Instagram story yang ada dapat selalu memiliki update dan secara perlahan akan membangun awareness dari setiap pengguna media sosial khususnya yaitu Instagram. Setelah itu jika CCO menyetujui terhadap konten yang akan dibuat maka CMO juga memiliki tugas sebagai aktor didalam konten tersebut dikarenakan didalam perusahaan startup Svstain hanya memiliki lima orang anggota.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Pada pelaksanaan praktik kerja magang untuk perusahaan startup Svstain sebagai bagian dari CMO (*Chief Marketing Officer*), kemudian penulis melakukan tugasnya secara Individu sebagai CMO dalam membuat konten pemasaran melalui digital marketing dan juga melakukan koordinasi pada CCO agar dapat disepakati dan dilakukan proses pembuatan konten. Perencanaan hasil konten tersebut kemudian diedit oleh CCO. Penulis memiliki tanggung jawab terhadap deadline yang telah ditentukan agar setiap konten yang dibikin dapat berjalan sesuai dengan rencana. Kebutuhan lainnya yang menjadi tanggung jawab CMO yaitu adanya engagement yang didapatkan oleh Instagram Svstain sehingga dapat membuat dan juga merancang ide baru agar dapat mencapai target yang diinginkan oleh perusahaan tersebut. Tugas yang dilakukan oleh penulis yaitu:

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi	Hasil
1	Merancang ide konten digital marketing	Untuk merancang ide konten yang nantinya akan	Semua anggota	Semingg usekali antara hari senin sampai	Penulis dapat mempelajari tentang pembuatan <i>timeline</i>

		diupload.		jumat	dan juga perencanaan dari konten yang ingin dibuat, kemudian dapat melakukan <i>manage</i> pada waktu yang akan dikerjakan
2	Melakukan peninjauan terhadap konten sebelumnya kemudian membantu dalam pembuatan <i>feeds</i> agar setiap orang yang mengunjungi Instagram Svstain dapat mengetahui produk apa yang akan dijual	Mencari referensi dari beberapa Instagram yang bergerak pada bidang <i>sustainable</i> yang tentunya memiliki engagement yang baik	CCO (Chief Creative Officer)	Seminggu sekali pertemuan antara dua divisi	Mendapatkan inspirasi dalam pembuatan <i>feeds</i> setiap <i>row</i> nya harus memberikan informasi seperti apa.
3	Memantau pengembangan <i>feeds</i> dan juga konten yang berhubungan dengan pembangunan <i>awareness</i> pada Instagram Svstain melalui <i>digital marketing</i> media sosial Instagram	Agar dapat memenuhi jadwal post <i>feeds</i> yang telah ditentukan pada instagram @svstaincloth	CCO (Chief Creative Officer)	Seminggu sekali pertemuan kedua divisi ini	Penulis dapat mempelajari tentang pembuatan <i>row</i> sehingga setiap <i>row</i> memiliki informasi yang berbeda dan cara mendorong

					setiap <i>audience</i> agar melakukan <i>slide</i> pada <i>row</i> sampai akhir sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik
4	Melakukan approach pada model yang berada di UMN	Agar product Svstain lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas	Vidy Tandiono selaku CEO	satu bulan sekali	Penulis dapat mempelajari tentang cara bernegosiasi kepada seseorang.
5	Memperhatikan caption yang akan diupload oleh CCO	Agar setiap caption yang diupload dapat menarik minat pembaca untuk menelusuri lebih dalam terkait Instagram dari SvstainCloth	Valencia Antoinette selaku CCO	Setiap ingin mengupload konten	Penulis dapat memiliki pengetahuan lebih banyak terkait kosakata yang memberikan daya tarik pada saat konten akan diupload.
6	Melakukan brainstorming terkait konten digital marketing yang akan dibuat untuk batch berikutnya	Agar konten yang dibuat dapat menarik ketika ditonton	Valencia Antoinette selaku CCO	Setiap ingin melakukan upload konten	Penulis dapat memiliki pengetahuan terkait dialog yang akan disampaikan pada

					saat ingin membuat video konten yang akan diupload di Instagram.
7	Pencarian ide terhadap reels yang akan dibuat.	Agar reels yang dihasilkan dapat mengikuti tren yang sedang ada pada saat itu	Valencia Antoinette selaku CCO	Setiap ingin brainstorming ketika tidak ada jadwal konten yang akan diupload	Penulis dapat mengetahui tentang video reels yang sangat diminati oleh algoritma Instagram
8	Pencarian iklan Instagram untuk product Svstain	Agar banyak diketahui oleh banyak masyarakat sekitar yang masuk kedalam algoritma yang diinginkan	Vivian selaku CFO	Ketika launching batch kedua dikarenakan biaya yang terbatas	Penulis dapat mengetahui tentang biaya yang akan dikeluarkan pada saat ingin melakukan iklan pada Instagram berdasarkan durasi tertentu

Tabel 3. 1 Tugas Kerja Magang

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

Ketika mengikuti program MBKM pada saat pelaksanaan kerja magang, penulis menerima beberapa penugasan yang akan dijalani selama program ini dilakukan yang tentunya agar *startup* yang telah dibangun oleh kelompok penulis dapat dikenal oleh masyarakat luas dan memberikan hasil yang sangat baik dalam penjualan produk dari perusahaan Svstain. Kemudian penulis memiliki pekerjaan khusus didalam perusahaan

*startup* tersebut yang tentunya berhubungan dengan konten *digital marketing* serta pemasaran produk dari Svstain. Berikut penugasan yang didapatkan penulis ketika menjalankan perannya pada saat berada di perusahaan Svstain.

### **3.2.2.1 Merancang ide konten digital marketing yang**

Ketika melaksanakan program magang ini, penulis mempunyai tugas utama yaitu melakukan perancangan dari sebuah ide konten yang nantinya akan diupload di sosial media. Ide konten ini bertujuan untuk memperkenalkan identitas perusahaan serta produk yang nantinya akan dipasarkan. Penulis membuat perancangan ide konten yang dimulai dengan pengenalan identitas perusahaan yang akan diteruskan pada perancangan ide konten produk. Hal ini bertujuan agar startup yang dibangun oleh kelompok penulis dapat diketahui maksud dan tujuan dari pembuatan produk tersebut. Penulis melakukan perancangan ide konten melalui beberapa tahap, contohnya yaitu seperti membuat alur cerita yang dimana, seorang penulis akan memposisikan diri sebagai konsumen yang nantinya akan melihat konten tersebut. Dengan adanya alur cerita ini, maka diharapkan konsumen dapat lebih mudah menangkap konten yang telah dibuat oleh penulis. Konten tersebut dapat berupa poster, dan juga video pendek (*Reels*).

### **3.2.2.2 Melakukan peninjauan terhadap feeds atau konten yang telah dibuat oleh CCO**

Pada saat *timeline* sudah dibuat, maka ada tenggat waktu pekerjaan yang harus diselesaikan oleh CCO. Setelah CCO selesai melakukan desain ataupun pengeditan maka penulis selaku CMO melakukan peninjauan kembali terhadap pembuatan konten ataupun *feeds* yang telah dibuat.



Gambar 3. 1 Peninjauan Konten

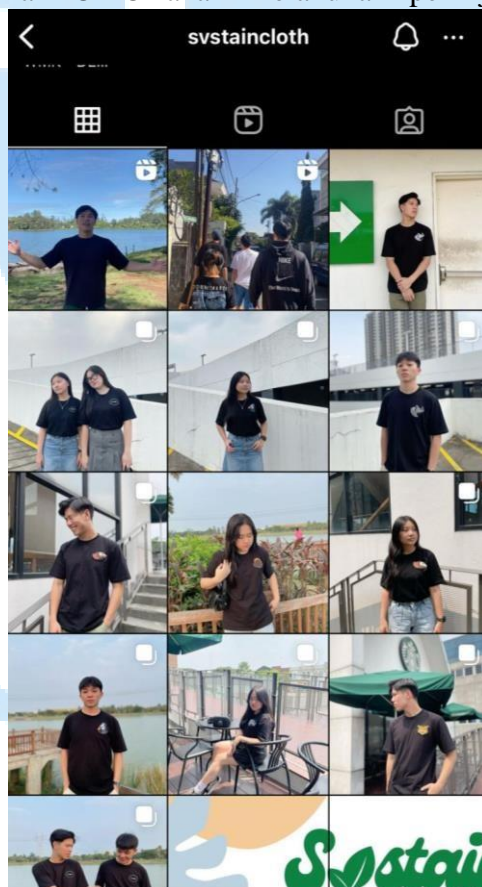
Ketika CCO ingin melakukan finalisasi konten, maka Valencia Antoinette selaku CCO harus melakukan peninjauan kembali dengan mengirimkan konten tersebut kepada pihak CMO agar mendapatkan feedback dan juga keselarasan antara kedua belah pihak agar konten yang akan diupload sesuai dengan keinginan dari brainstorming yang sudah dilakukan. Setelah itu jika konten yang telah dibuat sudah sesuai dengan keinginan antara CMO dan juga CCO, maka proses upload konten pada instagram akan dilakukan, contoh yang dapat diambil yaitu ketika tidak dicek maka akan menimbulkan masalah seperti kesalahan kecil suara yang tidak cocok pada konten tersebut ataupun video yang pecah.

### 3.2.2.3 Peninjauan Terhadap Feeds Atau Konten Yang Telah Diupload

Ketika mengupload konten, biasanya terjadi kesalahan kecil seperti penempatan *row* foto yang tidak sesuai dengan *briefing* yang sudah ditentukan, ataupun foto yang diupload belum lengkap, sehingga pihak CMO wajib melakukan pengecekan pada konten

yang sudah diupload. Ketika konten sudah diupload maka CMO melakukan peninjauan terhadap tiap foto, *caption* dan juga penempatan *row*. CMO harus memposisikan diri sebagai pihak yang menjadi konsumen sehingga dapat melakukan *feedback* pada pihak CCO ketika terjadi kesalahan ataupun hal yang dianggap kurang menarik perhatian ketika orang berkunjung pada instagram @Svstaincloth.

Bisa dilihat pada foto yang sudah saya *screenshot*, tulisan Svstain yang tidak rapi membuat evaluasi yang akan disampaikan kepada pihak CCO selaku pemegang Instagram. Kemudian pihak CMO akan melakukan peninjauan kembali hal yang



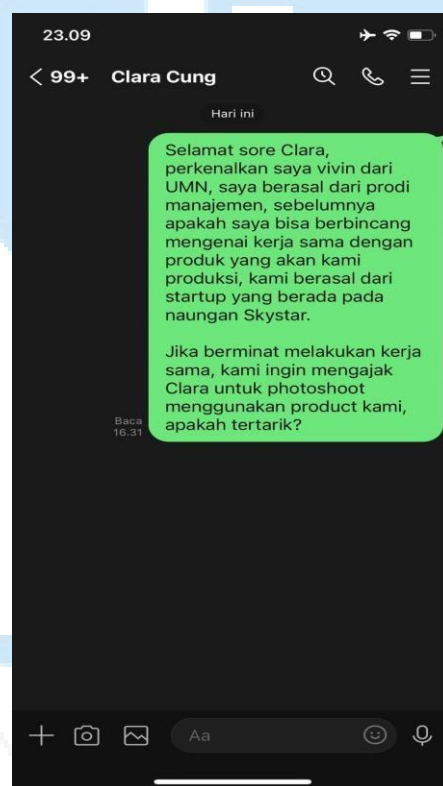
Gambar 3. 2 Feeds Instagram Svstain

menyebabkan tulisan Svstain tidak sepenuhnya berada pada *row* 3. Dalam kasus ini maka CMO akan mengambil kesimpulan bahwa terdapat konten yang belum diupload sehingga menyebabkan visualisasi dari *feeds* yang ada pada instagram @Svstiancloth tersebut tidak sesuai dengan *briefing* yang ada pada sebelumnya.



### 3.2.2.4 Melakukan kerja sama kepada pihak luar yang memiliki *engagement* yang sangat baik pada platform media sosial

Sebagai CMO, tentunya jabatan ini selalu berkaitan dengan pemasaran. Pada jaman sekarang, pemasaran sering dilakukan dengan cara melakukan kerja sama kepada pihak yang memiliki *engagement* yang baik pada media sosial contohnya, yaitu Instagram. Penulis kemudian mengambil tindakan berupa approach kepada salah satu mahasiswi yang berada di UMN kemudian memiliki *engagement* yang cukup tinggi dikarenakan mahasiswi tersebut pernah menjadi model yang diupload pada Instagram Volkative.



Gambar 3. 3 Bukti Screenshot Approach Influencer

Pada *screenshot* diatas ini, pihak CMO melakukan komunikasi yang dimanapihak Clara sendiri belum memberikan *feedback* terhadap kerja sama yang ingin dilakukan, sehingga pihak CMO harus mencari pihak lain yang memiliki *engagement* yang baik pada Instagram untuk digunakan sebagai model dalam photoshoot produk dari Svstaincloth.

### 3.2.2.5 Melakukan Peninjauan Terhadap Caption yang Telah Dibuat

Ketika CCO mengupload konten, pastinya pengecekan harus dilakukan lebih mendetail terutama pada bagian *caption*, apakah *caption* yang telah dibuat sudah sesuai dengan *briefing* yang sudah ditentukan atau tidak. Kemudian biasanya ditemui adanya kesalahan kalimat ataupun kata yang tidak sesuai, hal ini tentunya akan berdampak pada pemahaman konsumen terhadap konten yang ditampilkan. *Caption* merupakan salah satu bagian terpenting dari suatu konten, karena *caption* memberikan sugesti kepada konsumen untuk melihat lebih lanjut terhadap konten yang telah dibuat.

Seperti yang sudah disampaikan penulis sebagai CMO yang bertanggung jawab



Gambar 3. 4 Meninjau Caption yang Dibuat CCO

dalam pengecekan akhir dari *caption* yang sudah diupload pada suatu konten. Jika diperhatikan maka terdapat kesalahan pada kata “Penadaran” yang seharusnya kata tersebut menjadi “Penasaran”. Hal kecil seperti ini akan memberikan perspektif yang berbeda bagi setiap konsumen yang berkunjung dan mengklik konten tersebut. Maka dari itu tugas CMO yaitu harus melakukan pengecekan berulang terhadap konten yang telah diupload seperti *caption*

### 3.2.2.6 *Brainstorming* terhadap Konten yang akan Dibuat

Pihak CCO dan juga pihak CMO harus memiliki pandangan yang sama ketika ingin membuat suatu konten, hal ini bertujuan ketika konten tersebut ingin dibuat maka terdapat keselarasan antara kedua belah pihak.



Gambar 3. 5 Foto Bersama  
CCO

Contoh yang dapat dilihat yaitu adanya diskusi yang dimana penulis sebagai CMO kemudian Valencia sebagai CCO melakukan pertemuan yang dilakukan secara offline. Didalam *screenshot* tersebut dapat diketahui bahwa contoh yang diambil yaitu konten *feeds* yang dimana produk *batch* kedua akan dipasarkan. Kemudian Penulis memberikan arahan terhadap foto produk yang akan diupload sambil berdiskusi untuk menemukan keselarasan antara kedua belah pihak.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.2.2.7 *Brainstorming* terhadap Ide Konten Baru

Penulis sebagai CMO pastinya harus memastikan konten yang akan diupload harus berjalan agar awareness yang diberikan oleh produk dapat tersampaikan dengan baik pada konsumen yang mengunjungi instagram tersebut.



Gambar 3. 6 Kegiatan *Brainstorming*

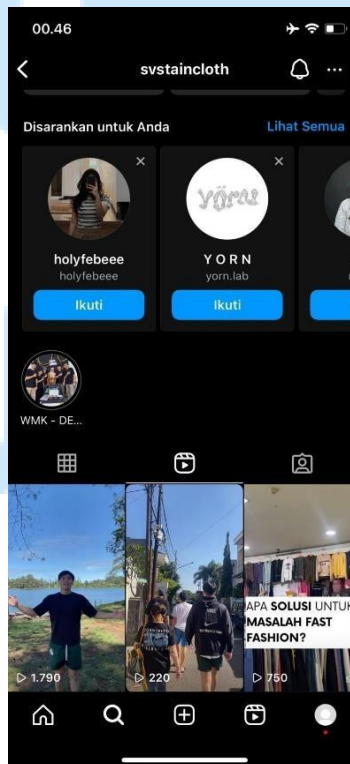
Jika dilihat dari gambar tersebut maka ketika melakukan *brainstorming* merupakan tugas dan tanggung jawab antara CMO dan CCO, akan tetapi setiap melakukan rapat *offline*, setiap anggota yang berada pada kelompok membantu ketika terjadi kesulitan pada saat melakukan *brainstorming* terhadap produk *batch* kedua yang akan diproduksi. Setiap konten yang akan dibuat harus memiliki beberapa aspek yaitu konten harus mengandung tema dari produk pada *batch* kedua, kemudian harus mengikuti tren konten yang sedang berlangsung pada saat itu. *Brainstorming* merupakan hal yang cukup rumit bagi penulis dan juga valenciaselaku CCO pada Svstain. Setelah *brainstorming* pastinya harus memikirkan timeline yang akan ditentukan selanjutnya untuk shoot konten dan upload konten agar konten yang ada tidak terputus sehingga instagram dari Svstain sendiri

dapat terus terlihat aktif dan memberikan informasi seputar produk yang telah dihasilkan.

### 3.2.2.8 Mencari Referensi terhadap Ide Konten Reels

Pada saat ini, video pendek menjadi primadona dalam proses pemasaran pada suatu produk. Proses pemasaran dalam bentuk video pendek memberikan sensasi yang berbeda ketika orang melihat konten tersebut. Salah satu video pendek yang terdapat di Instagram yaitu fitur Instagram reels. Dengan video, banyak orang untuk tidak diharuskan untuk membaca, akan tetapi hanya dengan mengapatis sebuah video, maka orang yang menonton video tersebut akan mendapatkan makna yang ingin disampaikan oleh video tersebut. Dengan adanya video pendek juga akan mempermudah penulis dalam mempromosikan produk Svstain pada media sosial.

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa video pendek mendapatkan *engagement* yang



Gambar 3. 7 Reels  
Instagram Svstain

cukup banyak, karena setiap orang akan menikmati setiap isi yang ada pada video pendek tersebut. Video tersebut berisikan cuplikan terhadap produk yang akan dipasarkan dan juga proses Svstain dalam melakukan *research* terhadap produk yang akan diproduksi.

### 3.2.2.9 Iklan Produk Melalui Instagram Ads

Proses iklan melalui instagram juga memiliki banyak kelebihan diantaranya dapat meningkatkan *engagement* terhadap wilayah tertentu ataupun umur pada konsumen yang diinginkan. Penulis masih kesulitan dalam melakukan Instagram *ads* yang dilatarbelakangi oleh besarnya biaya dalam melakukan instagram *ads*. Akan tetapi, Svstain mengikuti program lomba yang dimana lomba tersebut memberikan dana jika suatu *startup* dapat memenuhi kriteria, maka startup tersebut akan mendapatkan rincian dana yang dibutuhkan. Dengan didapatkannya dana tersebut beberapa minggu ini, maka Svstain selanjutnya akan melanjutkan proses pemasaran secara instagram ads.

Sebagai *Chief Marketing Officer* (CMO) Penulis pastinya mempunyai keinginan untuk memperbesar bisnis startup yang telah digelutinya tersebut. Cara yang dilakukan oleh penulis yaitu salah satunya dengan memfokuskan pada bagian pemasaran produk setiap ada *batch* yang akan *launching* pada produk selanjutnya, Dengan memaksimalkan hal tersebut maka diharapkan Svstain sebagai perusahaan startup akan mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal agar perusahaan startup Svstain dapat terus bertumbuh seiring dengan berjalannya waktu.

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang dihadapi oleh penulis sebagai CMO selama berada pada brand Svstain yaitu :

1. Belum mempunyai pengalaman yang sangat banyak dalam memahami pemasaran secara *digital marketing*.
2. Kesulitan dalam menentukan *timeline* postingan setiap konten yang tentunya bertabrakan dengan tugas yang diberikan pada prodi manajemen
3. Mempelajari target audiens yang perlu disesuaikan dengan perusahaan satu bidang yang jauh lebih banyak memiliki banyak *engagement*
4. Meningkatkan *awareness* produk dengan inovasi baru melalui *digital marketing*
5. Penulis terhambat selama proses *brainstorming* konten karena produk yang dihasilkan mempunyai keunikan tersendiri



### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Penulis mempelajari lebih banyak terhadap *brand fashion* yang berada di Indonesia, tentang bagaimana cara memasarkan produk pada bidang yang sama.
2. Melakukan komunikasi terhadap satu kelompok tentang *timeline* yang harus dihadapi dan konten yang akan dibuat sehingga memberikan banyak ide baru dan perspektif lainnya.
3. Penulis melakukan pertemuan pada pihak yang memiliki brand baju dan memiliki *engagement* yang sangat tinggi sehingga mendapatkan banyak informasi baru terkait proses pemasaran melalui *digital marketing* yang baik dan benar.
4. Penulis bertanya kepada konsumen terhadap produk yang telah dibeli, kemudian penulis mengumpulkan informasi yang dianggap menjadi kekuatan dari produk tersebut.
5. Penulis melakukan pembelajaran lebih dalam terkait produk yang telah dihasilkan kemudian bertemu kembali kepada narasumber yang memiliki pengalaman yang banyak pada bidang yang sama. Dengan pertemuan tersebut membuat penulis lebih percaya diri dan memiliki banyak ide untuk mengembangkan bisnis melalui *brainstorming* konten.

