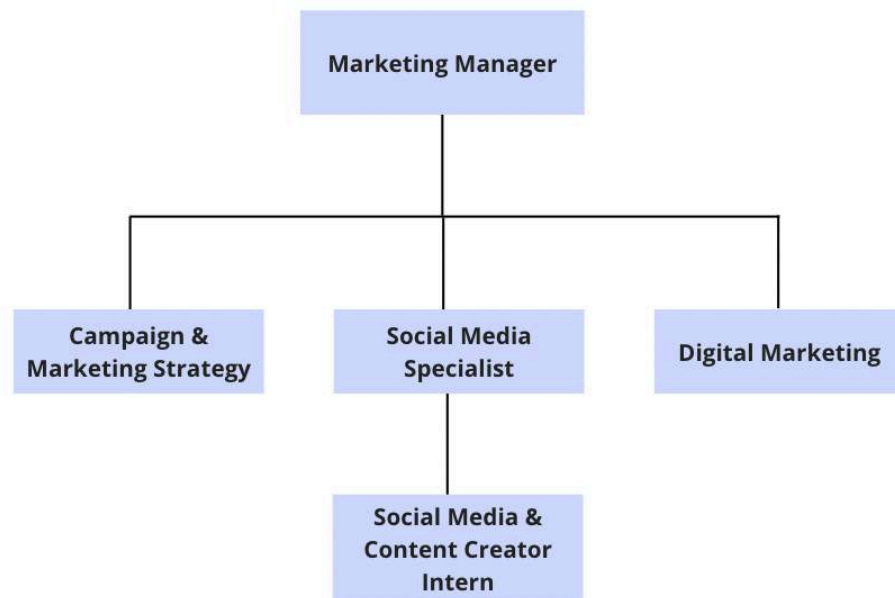


BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Kedudukan Divisi Marketing

Sumber: Data Penulis

Gambar di atas menggambarkan alur koordinasi kerja dari penulis sebagai Media Sosial dan Content Creator Intern pada Bobo Tokyo. Penulis bertanggung jawab dan melakukan koordinasi pekerjaan kepada supervisi yang menjabat sebagai *Social Media Specialist*. Segala bentuk tanggung jawab akan penulis berikan kepada *Social Media Specialist* untuk melakukan *approval* terkait dengan konten untuk media sosial dari Bobo Tokyo. Apabila sudah mendapatkan *approval*, penulis akan melakukan tindakan eksekusi terkait dengan tanggung jawab yang diberikan oleh supervisor kepada penulis. Segala bentuk tanggung jawab yang dikerjakan oleh penulis setiap harinya dilakukan berdasarkan instruksi dari jabatan media sosial Specialist. Karena konten yang dibuat oleh penulis akan ditayangkan pada media sosial dari Bobo Tokyo. Penting peran supervisor untuk melakukan pengecekan ulang terkait hasil pekerjaan penulis, untuk memastikan setiap pekerjaan sesuai dengan standar dari perusahaan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Tugas	Tujuan/ Target	Output	Penyelia	Frekuensi
Mencari referensi konten dan membuat content plan	Menjadi bentuk gambaran dan patokan bagi perusahaan untuk konten-konten yang akan dibuat, dan sebagai panduan saat melakukan eksekusi konten.	<i>Deck</i> yang berisikan perencanaan konten secara detail seperti, referensi, <i>styling</i> produk, dan detail konten yang harus dieksekusikan.	Supervisi	Bulanan
Melakukan syuting konten untuk konten video	Meningkatkan brand awareness lewat konten video yang dibuat.	Menghasilkan video yang dapat dijadikan aset untuk melakukan penyuntingan konten.	Supervisi	Mingguan
Melakukan penyuntingan video konten	Menyunting video sesuai dengan ketentuan <i>guideline</i> penyuntingan yang diberikan perusahaan dan sesuai dengan <i>brief</i> yang pada content plan.	Menghasilkan konten dalam bentuk video untuk dipublikasikan di <i>reels</i> Instagram dan Tiktok.	Supervisi	Mingguan

Mengunggah konten (instagram feed dan Instagram Story)	Meningkatkan <i>brand awareness</i> perusahaan dan minat beli <i>audience</i> serta <i>customer</i> melalui platform instgram	Konten yang sudah dibuat, diunggah di Instagram Bobo Tokyo	Supervisi	Ad hoc
Mengunggah konten video ke akun Tiktok Bobo Tokyo dengan <i>caption</i> yang sudah disetujui oleh supervisi.	Meningkatkan <i>brand awareness</i> dari perusahaan dan minat beli <i>audience</i> atau <i>customer</i> melalui platform Tiktok.	Konten video yang telah disunting, diunggah dan dapat ditonton oleh audiens.	Supervisi	Mingguan
Melengkapi segala kebutuhan untuk kegiatan produksi kreatif seperti, memastikan lokasi, kelengkapan properti, dan kelengkapan produk.	Menyiapkan segala kebutuhan untuk kegiatan produksi kreatif.	Kebutuhan produksi terpenuhi dan kegiatan produksi kreatif dapat berjalan dengan lancar.	Supervisi	Bulanan
Membuat dan mempublikasikan	Memberikan informasi promosi	E-mail promosi yang dikirim	Supervisi	Mingguan

<p><i>electronic direct e-mail</i> sebagai <i>e-mail marketing</i> kepada pelanggan menggunakan marketing software Marsello.</p>	<p>kepada pelanggan dari Bobo Tokyo, sehingga mampu meningkatkan penjualan secara offline dan online.</p>	<p>kepada pelanggan.</p>		
<p>Membuat draft <i>copywriting</i> untuk <i>caption</i> yang akan disebar melalui aplikasi Whatsapp (<i>Whatsapp blast</i>), yang berisikan promosi, <i>update new arrivals</i>, dan penjualan stok berat.</p>	<p>Memberikan informasi terkait dengan kegiatan promosi menggunakan rangkaian kalimat yang kreatif dan menjual.</p>	<p>Caption untuk whatsapp blast yang masih berbentuk draft yang ditujukan kepada supervisor.</p>	<p>Supervisi</p>	<p>Mingguan</p>
<p>Menyiapkan produk-produk yang akan digunakan pada saat kegiatan peragaan busana.</p>	<p>Memenuhi segala kebutuhan kegiatan acara peragaan busana.</p>	<p>Produk dan kebutuhan yang diperlukan untuk acara peragaan busana lengkap dan acara peragaan busana</p>	<p>Supervisi</p>	<p>Harian</p>

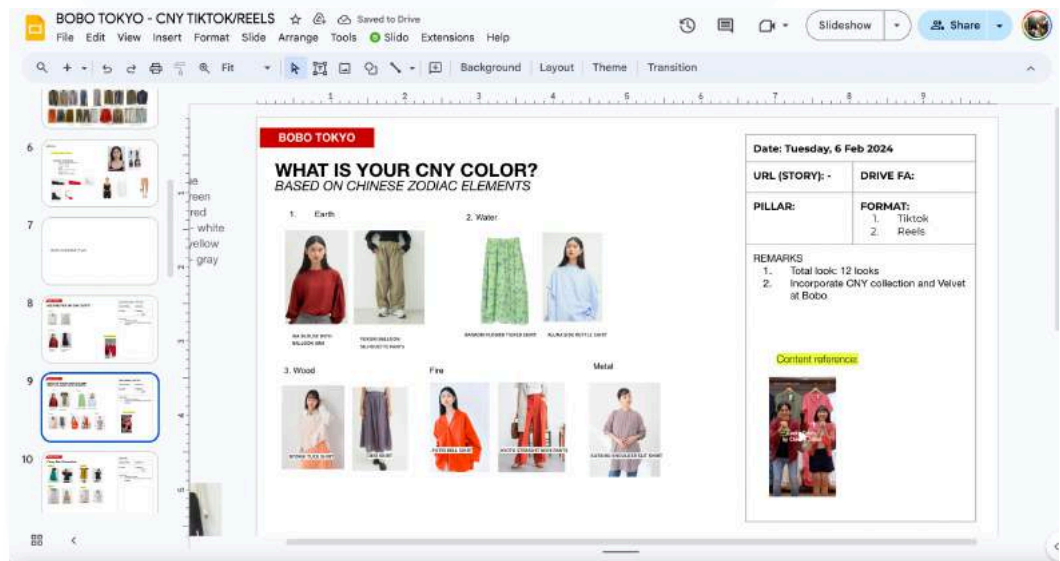
		berjalan dengan lancar sesuai dengan perencanaan dari divisi marketing.		
Menginput data dari laporan <i>insights</i> yang ada di Instagram.	Melalui <i>metrics</i> ‘ <i>interaction</i> ’ dan ‘ <i>discovery</i> ’ menjadi database untuk mendapatkan <i>engagement rate report</i> sebagai alat ukur performance marketing.	Mendapatkan hasil perhitungan <i>engagement rate</i> dari setiap konten.	Supervisi	Mingguan
Menginput data <i>insights</i> dari setiap e-mail yang dikirim melalui <i>software</i> Marsello.	Hasil <i>report</i> dari <i>software</i> Marsello menjadi alat ukur untuk kinerja marketing	Laporan EDM yang berisikan perhitungan <i>metrics open rate, clicks rate, dan actual sales</i> dari setiap e-mail yang dipublikasikan.	Supervisi	Mingguan
Memindahkan aset Velvet at Bobo	Memilah aset yang dapat dipakai oleh tim Bobo Tokyo	File drive hasil kurasi dari aset Shop ata Velvet.	Supervisi	Bulanan

Tabel 3.1 Uraian Kerja Magang

Seperti yang tertera dalam tabel di atas, penulis menjalani periode magang selama empat bulan di PT Bobobobo dengan fokus pada pengelolaan konten dan media sosial bagi Bobo Tokyo. Selama masa magang tersebut, penulis terlibat dalam beragam tugas dan tanggung jawab sebagai media sosial dan content creator intern. Tugas-tugas tersebut meliputi perencanaan, pengelolaan, dan publikasi konten yang relevan dan menarik untuk Bobo Tokyo di berbagai platform media sosial. Selama empat bulan tersebut, penulis mengalami banyak pembelajaran dan pengalaman berharga yang tidak hanya memperluas pengetahuan dalam industri ini, tetapi juga meningkatkan keterampilan praktis dalam mengelola konten dan strategi media sosial yang lebih efektif.

3.2.1 Membuat Perencanaan Konten

Pada tugas ini, penulis diberikan tanggung jawab untuk melakukan pencarian referensi terkait dengan konten video chinese new year untuk inspirasi pembuatan konten-konten untuk *Chinese New Year Campaign*. Kegiatan yang dilakukan pada tugas ini dimulai dari mencari referensi dari berbagai sumber yang dianggap relevan dan sesuai, lalu membuat *content plan* sesuai dengan tema dan konsep dari *campaign* yang bersangkutan. Setiap rencana content yang dibuat oleh intern dan divisi media sosial harus sesuai dengan konsep dan identitas *brand* dari Bobo Tokyo yaitu minimalis. Setelah mencari referensi, penulis membuat *content plan* (perencanaan konten) yang berisikan *content brief* yang jelas dan spesifik supaya berguna sebagai arahan untuk melakukan syuting konten.



Gambar 3.2 Contoh *Content Plan*

Sumber: Data Penulis

Dalam pembuatan konten *Reels* dan *Tiktok* untuk *Chinese New Year campaign*, penulis menyiapkan 2 konten dengan inspirasi baju dan juga mix and match produk. Contoh konten yang dibuat oleh penulis yaitu, “*POV: You Are Looking For Chinese New Year Outfit*” dan “*Outfit Based on Chinese Zodiac Elements*”. Kedua konten tersebut dibuat khusus

untuk *Chinese New Year Campaign* menggunakan produk dari Bobo Tokyo dengan menggunakan produk yang berwarna merah dan oren untuk setiap gaya pada konten tersebut.

3.2.2 Melakukan Syuting Konten

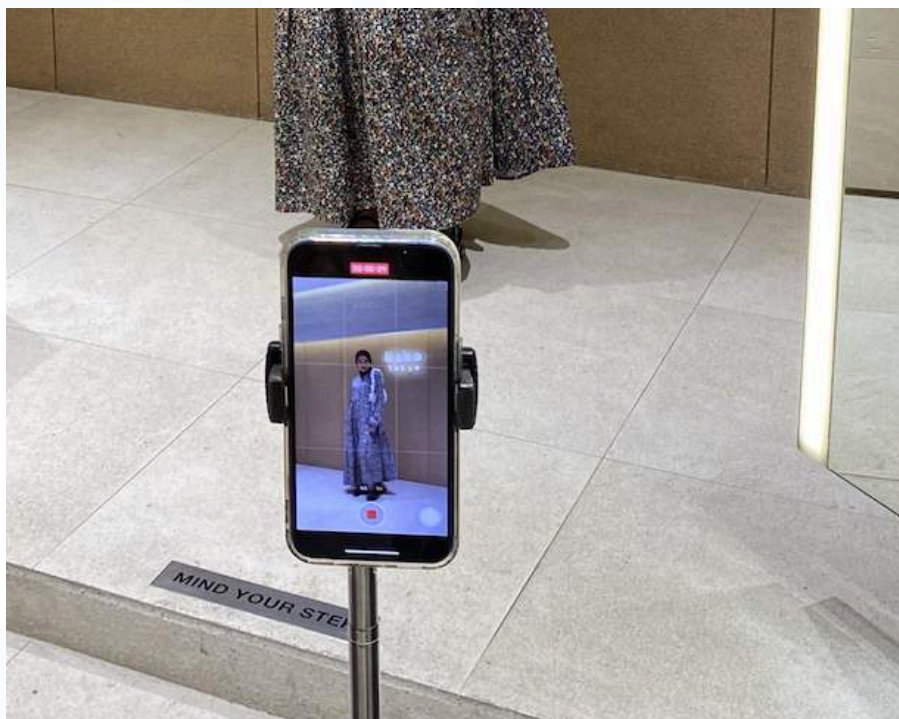
Setiap perusahaan memiliki *branding* yang berbeda-beda, Bobo Tokyo sendiri membentuk *branding* yang minimalis sesuai dengan karakteristik Jepang. Setelah membuat perencanaan untuk konten, *content creator* akan melakukan eksekusi dari konten-konten yang sudah dibuat pada perencanaan konten. Eksekusi konten biasanya dilakukan setiap akhir bulan dalam mengambil aset-aset untuk stock *content* yang akan digunakan pada konten Reels dan Tiktok. Sedangkan untuk hari-hari lainnya, pemegang ditugaskan untuk *shoot content details product*.



Gambar 3.3 Kegiatan Syuting Konten *Chinese New Year*

Sumber: Data Penulis

Berdasarkan gambar diatas, penulis melakukan dua kali syuting konten di toko Bobo Tokyo. Syuting konten pertama bertujuan untuk *Chinese New Year Campaign*, yang nantinya akan diunggah pada akun Instagram dan Tiktok. Dalam satu kali kegiatan syuting, penulis akan mengambil 1-5 konten video sebagai *stock* dan aset konten media sosial. Di dalam setiap satu konten video nantinya akan ada 1-4 jenis penampilan dari produk-produk Bobo Tokyo yang dipadu padankan.



Gambar 3.4 Kegiata Syuting Konten Untuk Raya

Sumber: Data Penulis

Urutan kegiatan penulis selama melakukan syuting konten adalah:

1. Sebelum memulai proses syuting, penulis mengalokasikan waktu untuk mengumpulkan semua produk yang digunakan selama kegiatan syuting konten. Oleh karena itu, pentingnya koordinasi dengan departemen logistik untuk memastikan ketersediaan dan kelengkapan produk yang dibutuhkan.

2. Menata Setiap produk sesuai dengan urutan pengambilan video konten. Sehingga akan lebih mudah saat melakukan pergantian dari setiap gaya, ke gaya selanjutnya.
3. Selanjutnya, penting untuk melakukan steam baju agar setiap produk baju terlihat rapih dalam pengambilan video.
4. Penulis juga membantu model setiap melakukan pergantian baju, sehingga pemakaian baju sesuai dengan brief yang dibuat. Selain itu, pemakaian produk juga harus sesuai dengan produk yang diambil detailnya.
5. Melakukan syuting konten sesuai dengan transisi yang sudah dibuat pada perencanaan konten.

3.2.3 Melakukan Penyuntingan Konten Video

Dalam menghasilkan content video yang berkualitas, pentingnya proses penyuntingan. Sehingga hasil konten yang dibuat bisa sesuai dengan content plan yang sudah dibuatkan. Proses penyuntingan juga mampu memperkuat *branding* lewat beberapa konten tersebut dengan melakukan penyuntingan sesuai dengan *guideline* yang diberikan dalam acuan penyuntingan konten .

Penulis melakukan kegiatan minimal sekali dalam seminggu, karena setiap minggunya terdapat konten video yang harus tayang pada reels dan juga Tiktok. Oleh karena itu, penulis ditugaskan untuk mengedit sebagai salah satu kegiatan dari eksekusi content plan, dalam bentuk hasil shooting video lalu diedit menjadi sebuah 1 konten yang berdurasi 15-30 detik. Setelah selesai proses penyuntingan, penulis memberikan hasil video kepada tim media sosial untuk di preview dan mendapatkan approval.



Gambar 3.5 Proses penyuntingan Video

Sumber: Data Penulis

Pada gambar diatas, penulis melakukan penyuntingan video untuk kolaborasi Velvet at Bobo. Penulis diberikan tanggung jawab dalam mengedit konten yang berdurasi maksimal 15 detik untuk teaser koleksi kolaborasi Shop at Velvet dengan Bobo Tokyo. Hal yang diperhatikan penulis selama melakukan penyuntingan konten adalah *cut to cut video*, tampilan produk pada video, pencahayaan video, musik, durasi, dan tulisan pada video. Tidak hanya Velvet at Bobo, penulis juga melakukan penyuntingan konten pada,

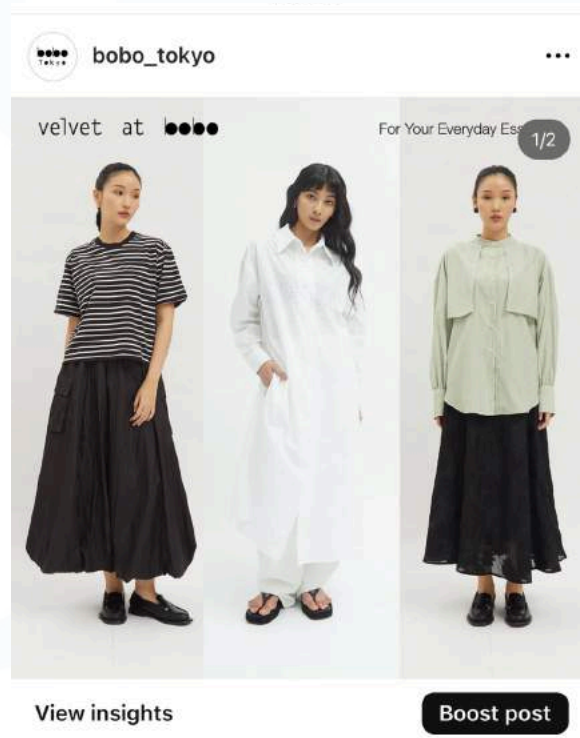
- a. Koleksi Carlyn
- b. New arrivals Stripe
- c. Behind the scene photoshoot
- d. Detail produk
- e. Unboxing Bobobobo
- f. Teaser Velvet at Bobo

g. Konten Chinese New Year

h. Konten Raya

3.2.4 Mengunggah Konten Untuk Instagram *Feeds* dan *Stories*

Pada tugas ini, penulis bertanggung jawab dalam mengunggah konten dari Bobo Tokyo. Bobo Tokyo memiliki konten rutin yang harus diunggah pada *platform* instagram dalam bentuk *feeds* dan *story*. Hal yang perlu diperhatikan dalam mengunggah konten adalah urutan dari konten dan *landing page* dari setiap produknya sudah sesuai. Selain itu, penting bagi penulis untuk melakukan pengecekan ulang terhadap konten yang akan diunggah. Seperti, memastikan tidak ada kesalahan pada desain yang dibuat untuk konten.



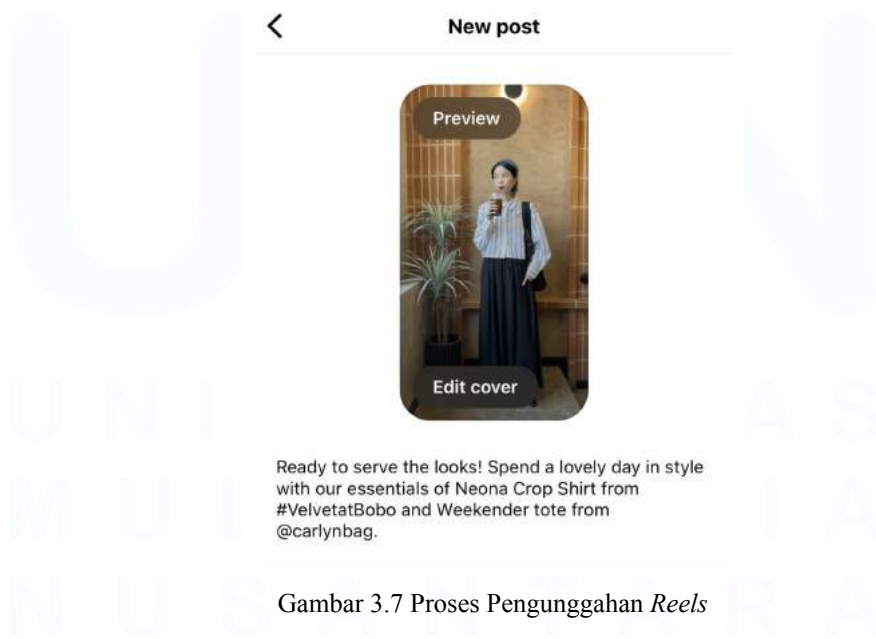
Gambar 3.6 Bukti pengunggahan konten *feeds* dan *story*

Sumber: Instagram Bobo Tokyo

3.2.5 Mengunggah Konten *Reels*

Konten dalam bentuk *reels* ini biasanya diunggah seminggu sekali pada akun Instagram Bobo Tokyo, dengan tujuan memberikan dan memperlihatkan kepada *audience* jenis konten yang lebih beragam dan juga tidak membosankan. Konten dalam bentuk *reels* yang diunggah Bobo Tokyo biasanya bertujuan untuk mendorong *campaign*, meningkatkan minat beli pada *heavy stock* yang dimiliki perusahaan, dan juga untuk mempromosikan produk baru dari Bobo Tokyo.

Penulis juga perlu memperhatikan dengan detail dalam mengunggah *reels* ini, seperti kualitas dari video yang harus jelas dan *high-definition*, *caption* yang relevan namun juga memancing *audience* untuk melakukan suatu aksi atau CTA (*call-to-action*), dan juga dalam penggunaan latar musik yang relevan dan sesuai dengan jenis konten dan suasana konten atau *campaign* yang dibuat. Penulis juga melakukan pemeriksaan ulang terhadap video tersebut secara menyeluruh, untuk memastikan tidak ada kesalahan pada konten *reels* yang akan diunggah ke Instagram.

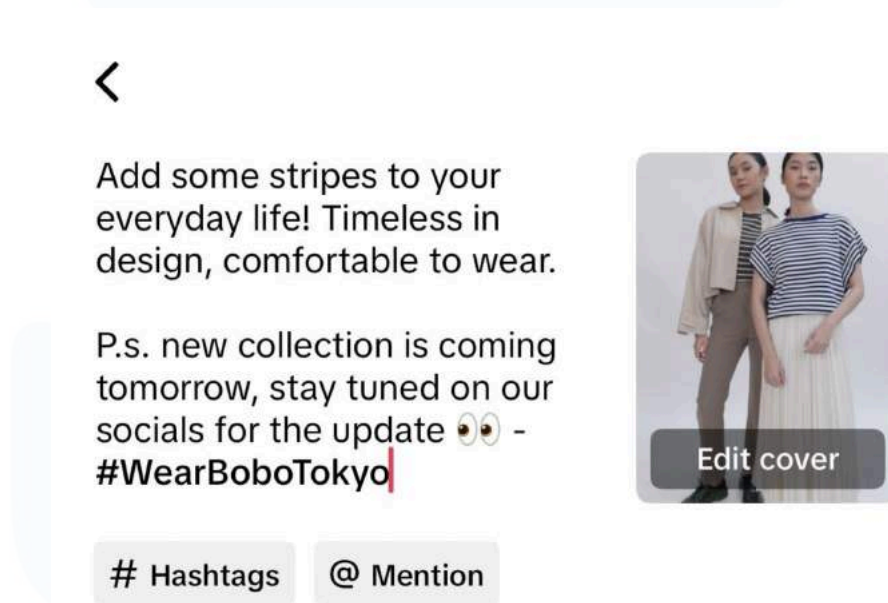


Gambar 3.7 Proses Pengunggahan *Reels*

Sumber: Data Penulis

3.2.6 Mengunggah Konten Untuk Tiktok Bobo Tokyo

Bobo Tokyo cenderung mengarahkan upayanya pada pelanggan yang aktif di platform Instagram, sehingga tidak sepenuhnya memusatkan perhatian pada pengelolaan konten dan media sosial TikTok. Meskipun demikian, Bobo Tokyo mengakui potensi TikTok sebagai alat yang berguna dalam mendorong *campaign* yang sedang berlangsung, meningkatkan penjualan di TikTok *Shop*, menyampaikan informasi penting terkait dengan *live* Tiktok, dan memberikan rincian tentang promo dan jadwal acara di *Shopee Live*. Meskipun prioritas utama tetap pada Instagram, penggunaan TikTok sebagai saluran tambahan untuk memperluas jangkauan dan mendukung strategi pemasaran berkelanjutan tetap diakui dan diterapkan oleh Bobo Tokyo.



Gambar 3.8 Bukti *upload* konten Tiktok

Sumber: Data Penulis

Seperti gambar diatas, penulis melakukan pengunggahan konten untuk setiap konten Tiktok Bobo Tokyo. Penulis akan mengunduh video yang sudah di suntinga dan mengunggah menggunakan caption yang sudah dibuat oleh bagian media sosial. Selain caption, Bobo Tokyo juga

memanfaatkan fitur *'link to product'*, sehingga produk yang terdapat di video dapat langsung terhubung dengan Tiktok Shop.

3.2.7 Kegiatan Produksi Kreatif

Setiap bulannya, Bobo Tokyo mengadakan serangkaian kegiatan produksi kreatif yang mencakup *photoshoot*. Dalam setiap proses produksi ini, penulis memiliki Tanggung jawab tersendiri sebagai content creator intern. Penulis bertugas untuk mengambil *footage behind the scene* dari seluruh proses *photoshoot* dan juga bertanggung jawab untuk mengambil *footage* video untuk aset konten Bobo Tokyo.

Selain itu, penulis juga mengambil video konten tambahan di sela-sela *photoshoot* yang akan digunakan sebagai aset konten. aset video tersebut dapat disunting menjadi satu konten yang dapat dipublikasikan di berbagai platform media sosial Bobo Tokyo. Penulis dapat memanfaatkan setiap waktu untuk mengambil konten, sehingga tidak ada waktu yang terbuang pada saat kegiatan *photoshoot*.



Gambar 3.9 Pembelian Dekorasi *Photoshoot*

Sumber: Data Penulis

Berdasarkan gambar diatas, penulis melakukan kegiatan pembelian dekorasi untuk kegiatan produksi kreatif di Glodok *Chinatown*. Dengan memiliki beragam properti yang tersedia, perusahaan dapat lebih fleksibel dalam menciptakan berbagai konsep dan atmosfer yang sesuai dengan kebutuhan proyek-produk yang mereka kerjakan. Properti seperti furnitur, dekorasi, atau perlengkapan lainnya dapat menjadi elemen kunci dalam menciptakan tampilan yang unik dan menarik dalam hasil akhir produksi. Seperti contoh pada gambar, penulis membeli dekorasi untuk *Chinese New Year* yang dapat menciptakan atmosfer lebih kuat pada hasil gambar-gambar dan video dari kegiatan produksi kreatif.

MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.10 Kegiatan Produksi Kreatif 1

Sumber: Data Penulis

Gambar yang dituliskan diatas oleh penulis merupakan salah satu kegiatan produksi kreatif untuk *campaign Chinese New Year*. Dalam kegiatan produksi, penulis memiliki tanggung jawab untuk memastikan segala list produk yang dibawa ke lokasi sudah lengkap dan siap untuk digunakan dalam kegiatan produksi kreatif. Selain produk, penulis juga bertanggung jawab pada properti-properti yang digunakan untuk mendukung kegiatan produksi kreatif berlangsung. Penulis juga membantu *seorang stylist* dalam melakukan *steam* pada produk-produk yang akan digunakan selama kegiatan produksi kreatif, sehingga produk terlihat bagus dan rapih pada hasil produksi kreatif.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.11 Kegiatan Produksi Kreatif 2

Sumber: Data Penulis

Kegiatan produksi dilaksanakan pada tanggal 28 Feb 2024 yang berlokasi di Cafe Uma Kopi dan juga sekitar Blok M, Jakarta. Dalam kegiatan produksi kreatif kedua ini, penulis lebih banyak fokus pada mendorong *heavy stock* dan juga pembuatan konten dalam bentuk video. Penulis memiliki tanggung jawab untuk mempersiapkan produk-produk yang akan digunakan dalam produksi kreatif. Selain itu, penulis membantu seorang yang bekerja sebagai *stylist* dalam menyiapkan *wardrobe* atau tampilan-tampilan untuk setiap model, agar kegiatan produksi kreatif berjalan lebih cepat dan efektif. Terakhir, penulis juga membantu tim *marketing* dalam melakukan *loading out* atau mengeluarkan barang dari lokasi kegiatan.

nnnma sdkskk



Gambar 3.12 Kegiatan Produksi Kreatif 3

Sumber: Data Penulis

Kegiatan produksi kreatif ketiga ini dilakukan selama dua hari yaitu tanggal 2-3 April 2024. Pada kegiatan produksi kreatif yang ketiga ini, tim *marketing* dibagi dua dalam mengelola kegiatan tersebut. Penulis mendapatkan tanggung jawab pada hari kedua, yang berlokasi di Rumah Wowi Depok. Pada kegiatan produksi kali ini, terdapat lebih banyak produk yang harus ditonjolkan dan diutamakan dibandingkan kegiatan produksi kreatif sebelumnya. Hal tersebut difaktori oleh banyaknya produk-produk baru yang harus dipromosikan, sehingga harus mengambil banyak gambar dan juga video sebagai aset untuk tim kreatif yang harus mengeksekusi pembuatan video dan konten promosi dari produ. Pada kegiatan pemotretan, *photographer* akan fokus pada gambar detail produk. Sedangkan untuk kegiatan *shooting* video akan fokus pada 360 video atau detail produk dari sisi depan, samping kanan, samping kiri, dan belakang.

Karena banyaknya produk, penulis juga bertanggung jawab menjadi asisten *seorang stylist*. Kegiatan produksi kreatif ini, Bobo Tokyo menggunakan 4 model dengan tujuan kegiatan produksi kreatif bisa

berjalan lebih cepat dan efektif. Sehingga disaat satu model melakukan pengambilan gambar, satu model melakukan pengambilan videl, dan dua lagi akan bersiap-siap untuk *penampilans* selanjutnya. Sehingga penulis harus berbagi tugas dengan *seorang stylist* untuk *handle* setiap model yang sedang melakukan pengambilan gambar dan video.

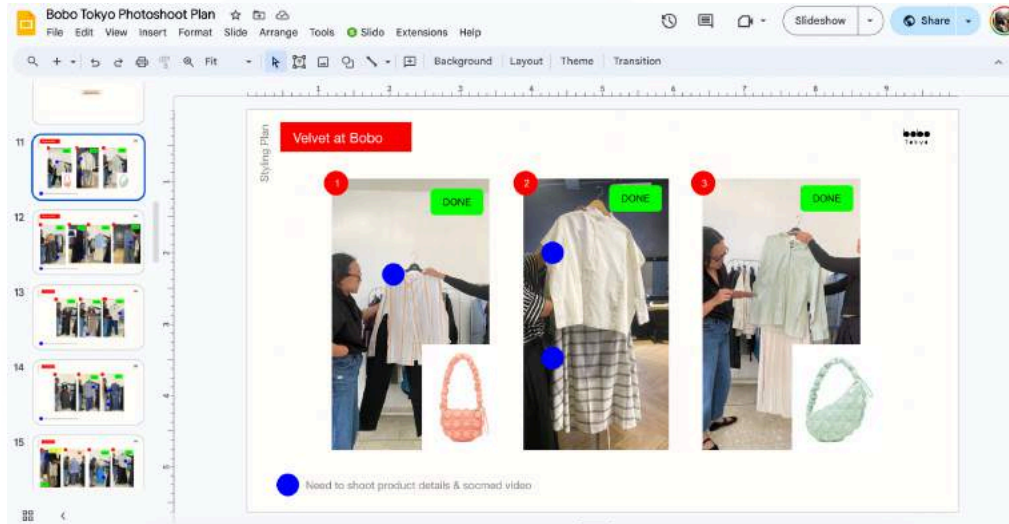


Gambar 3.13 Kegiatan Produksi Kreatif 4

Sumber: Data Penulis

Kegiatan produksi kreatif keempat yang dilakukan oleh penulis dilaksanakan pada tanggal 9 Mei 2024, yang berlokasi di Kyabi Studio Jalan Haji Nawi. Pada kegiatan produk kreatif kali ini Bobo Tokyo lebih mengangkat konsep penampilan *City Girl* dengan produk-produk new arrivals dari koleksi kolaborasi Velvet at Bobo dan juga koleksi baru Stripe. Penulis bertanggung jawab akan styling baju yang sudah ditentukan

oleh seorang stylist sesuai dengan deck yang sudah dibuat oleh penulis dan tim marketing dibawah ini,



Gambar 3.14 Proses Pembuatan *Production's Deck*

Sumber: Data Perusahaan

Sesuai dengan gambar diatas, penulis telah memasukkan sebanyak 25 penampilan fashion yang telah disusun dan disesuaikan oleh seorang seorang *stylist* ke dalam presentasi. Dalam rangka kegiatan produksi kreatif ini, tim pemasaran akan memanfaatkan presentasi tersebut untuk membuat video dan foto yang mendetail dari produk-produk untuk kemudian dipublikasikan di situs web dan platform *e-commerce*. Selain itu, penulis juga melakukan pengambilan gambar untuk menciptakan konten tambahan yang berupa cuplikan "*behind the scene*".



Gambar 3.14 Proses Pengembalian Barang

Sumber: Data Penulis

Setelah selesai menjalankan kegiatan produksi kreatif, tanggung jawab penulis masih belum berakhir. Penulis bertanggung jawab untuk mengembalikan produk-produk yang dipinjamkan kepada tim logistik. Proses pengembalian ini dilakukan bertujuan agar produk-produk peminjaman tercatat dengan baik dalam sistem inventarisasi. Sebagai bagian dari proses ini, penulis harus memastikan bahwa setiap barang yang dikembalikan dilengkapi dengan tag yang sesuai dan diperiksa secara teliti untuk memastikan kondisinya tetap baik. Selain itu, baju-baju yang telah digunakan harus dilipat dengan rapi sebelum diserahkan kembali kepada tim logistik. Proses pengembalian yang teratur dan terorganisir ini merupakan langkah penting dalam menjaga keberlangsungan operasional dan kualitas layanan Bobo Tokyo secara keseluruhan.

3.2.8 Membuat *Electronic Direct Mail*

E-mail blast merupakan tanggung jawab utama dari bagian digital marketing, namun penulis juga diberikan kesempatan untuk membuat e-mail blast bagi Bobo Tokyo. Perusahaan melakukan e-mail blast secara rutin, yaitu satu kali dalam seminggu, sebagai salah satu strategi promosi

untuk meningkatkan penjualan secara online. Dalam proses ini, divisi marketing menggunakan software Marsello. Tahapan yang dilakukan penulis meliputi membuat draft konten, memasukkan draft ke Marsello, pemeriksaan dan revisi oleh tim digital marketing, pengujian e-mail untuk memastikan tampilan dan fungsi yang baik, pengiriman e-mail blast ke daftar pelanggan Bobo Tokyo, serta analisis dan pelaporan hasil e-mail blast untuk menilai efektivitas dan membuat perbaikan untuk kampanye berikutnya. Dengan mengikuti tahapan-tahapan ini, Bobo Tokyo dapat memastikan bahwa e-mail blast mereka efektif dalam menjangkau audiens yang luas dan meningkatkan penjualan online.

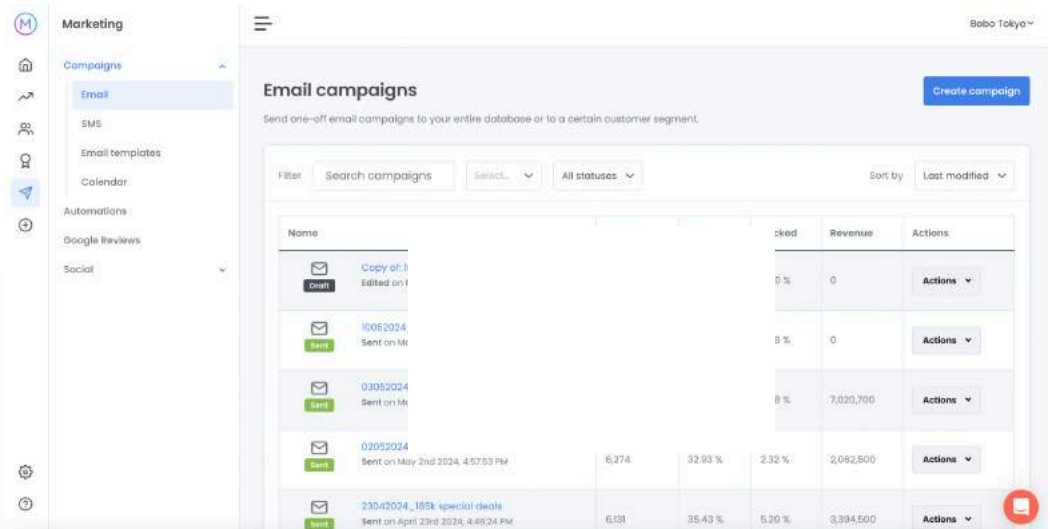
1. Pertama yang harus dilakukan penulis adalah membuka dan mengecek *editorial plan* untuk *e-mail blast* Bobo Tokyo.

Date	Subject	Caption	Image	URL
				menekan-holic-016d4e-entl-n8b0-akrt
Friday, 19 April 2024	Weekend Deals! Get limited offer in-stores	Discover our limited offer this weekend at the stores	https://drive.google.com/drive/folders/1ZAAR6xMh7k9wCv3t8ZniL7Y1Rn1kU0tq?usp=drive_link	https://bobotokyo.com/
				https://bobotokyo.com/products/search-music-and-eco-lay-er-18-300107_pos-1A_pos-rerak_pos-10
				https://bobotokyo.com/products/mer-putih-hibek-a-hat-kasir-6a36f68007_pos-1A_pos-rerak_pos-10
				https://bobotokyo.com/products/mer-music-and-eco-lay-bachkan-denm-aksts-133001007_pos-1A_pos-kah7har8_pos-10
				https://bobotokyo.com/products/mer-music-and-eco-lay-magap-flared-sher-1h33001401_pos-1A_pos-rerak_pos-10
				https://bobotokyo.com/products/mer-music-and-eco-lay-styus-sport-faded-jaket-1e13001007_pos-1A_pos-rerak_pos-10
				https://bobotokyo.com/products/mer-music-and-eco-lay-slates-shader-all-sher-1320042007_pos-1A_pos-rerak_pos-10
Tuesday, 23 April 2024	Special Deals from IDR 1850! Click to Shop	Shop and get special price for our selected essentials	https://drive.google.com/drive/folders/176PW4x8f1D9b07sQL332M7Dqz_VAView?usp=drive_link	https://bobotokyo.com/collections/musi-kan-bone-bur-1_har-entel-desender
Thursday, 2 May 2024	New Arrivals: Selection of Everyday Casual Wear	Refresh your wardrobe rotation with new arrivals for your daily wear	https://drive.google.com/drive/folders/1E4Uy7V5i0J0248tUMYs1d8m7y7wV7a2q0?usp=drive_link	https://bobotokyo.com/collections/new-ai-menkan-holic-slime-skipper-ent-aubose-5c372d9840
				https://bobotokyo.com/collections/new-ai-jarobekda-menkan-holic-slime-skipper-ent-aubose-5c372d9840
				https://bobotokyo.com/collections/new-ai-jarobekda-menkan-holic-slime-skipper-ent-aubose-5c372d9840
				https://bobotokyo.com/collections/new-ai-jarobekda-menkan-holic-slime-skipper-ent-aubose-5c372d9840
				https://bobotokyo.com/collections/new-ai-jarobekda-menkan-holic-slime-skipper-ent-aubose-5c372d9840
				https://bobotokyo.com/collections/new-ai-jarobekda-menkan-holic-slime-skipper-ent-aubose-5c372d9840

Gambar 3.15 *Editorial Plan e-mail Blast*

Sumber: Data Perusahaan

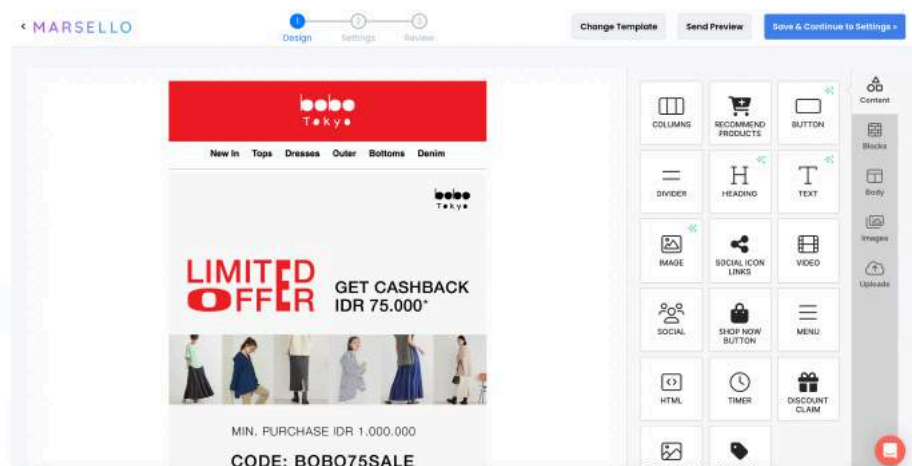
2. Kedua, setelah melakukan pengecekan *editorial plan* penulis membuka *website* Marsello lewat software Shopify dan *clone* e-mail yang sudah pernah dibuat untuk memudahkan pembuatan e-mail.



Gambar 3.16 Software Marsello

Sumber: Data Perusahaan

- Setelah membuat draft e-mail, penulis dapat mulai menyusun isi dari e-mail yang terdiri dari *banner*, *caption*, foto produk, informasi produk, dan *landing page*. Segala informasi yang ada pada isi e-mail sudah terkumpul pada *editorial plan*. Sehingga, penulis hanya menyalin data yang ada di brief kedalam draft e-mail.

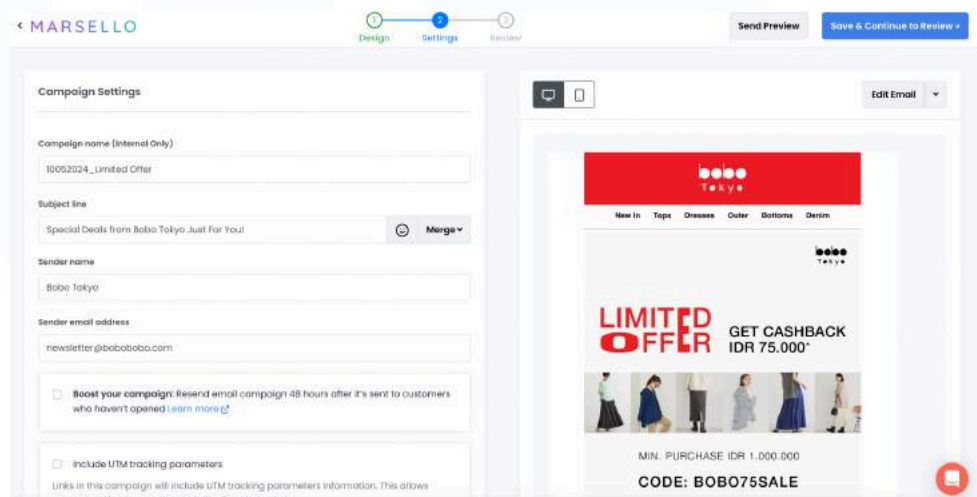


Gambar 3.17 Proses Penyusunan e-mail

Sumber: Data Perusahaan

- Setelah selesai mengedit isi e-mail, penulis menyimpan dan masuk ke bagian *settings*. Pada bagian *settings*, terdapat bagian yang

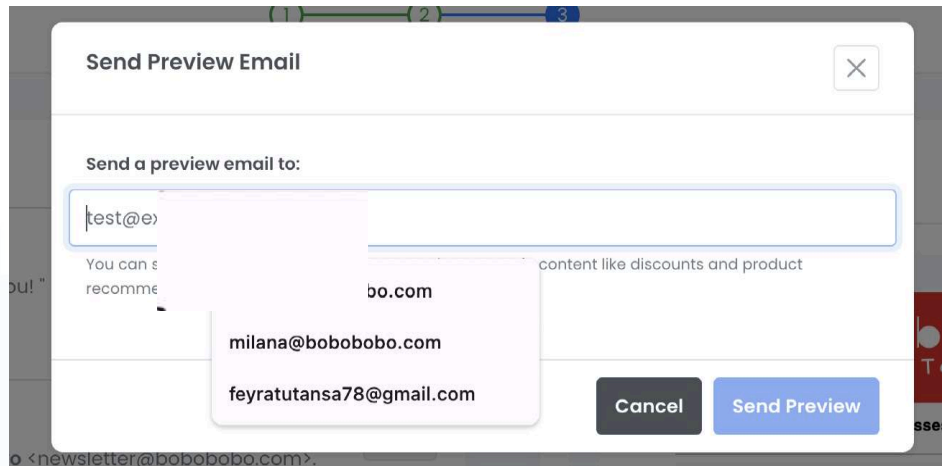
harus diisi sesuai *editorial plan* atau rencana editorial, yaitu *subject* dan nama dari *campaign* yang ingin dibagikan kepada *audience*. Pada bagian *settings*, penulis juga dapat mengedit *audience settings* atau pengaturan yang lebih spesifik, mengacu kepada *audience* yang ingin kita capai. *Audience settings* merupakan salah satu fitur dimana penerima e-mail dapat di atur sesuai keinginan penulis, dengan kategori yang diinginkan dan dibutuhkan secara spesifik.



Gambar 3.18 Mengatur Pengiriman e-mail

Sumber: Data Penulis

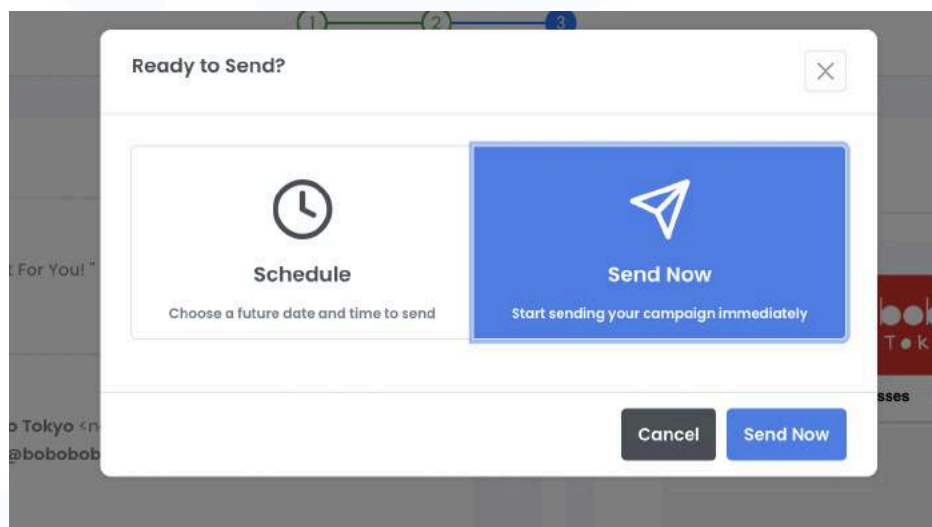
5. Setelah selesai mengedit isi dan settings, penulis harus mengirimkan preview e-mail kepada bagian digital marketing dengan mengirimnya via e-mail.



Gambar 3.19 Melakukan Preview e-mail

Sumber: Data Penulis

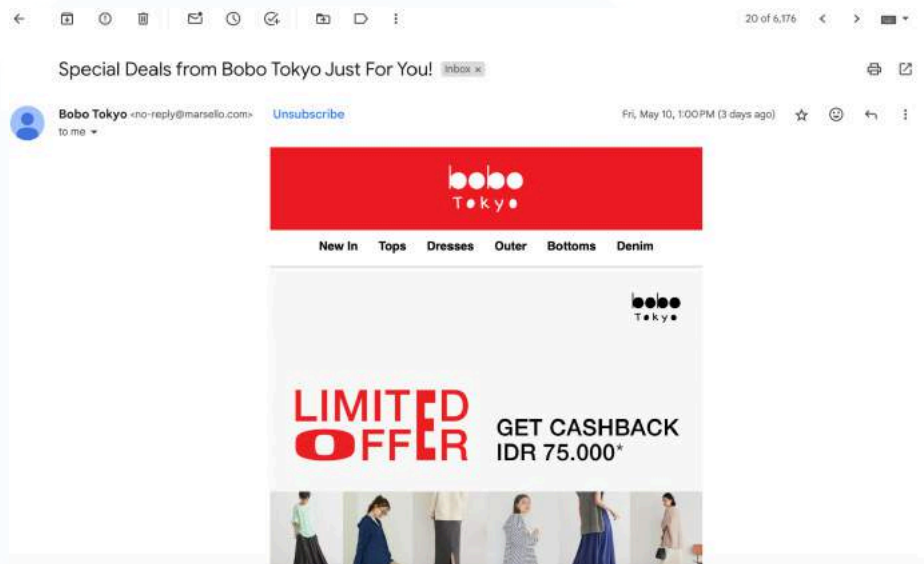
- Setelah melakukan *preview* biasanya penulis akan mendapatkan revisi yang harus segera dikerjakan. Lalu penulis akan mendapatkan persetujuan dari bagian digital marketing untuk penulis mengirim e-mail kepada para pelanggan.



Gambar 3.20 Proses Pengiriman e-mail

Sumber: Data Penulis

7. Setelah mengirim e-mail kepada pelanggan, e-mail akan terkirim kepada pelanggan dari Bobo Tokyo dengan contoh seperti gambar dibawah ini.

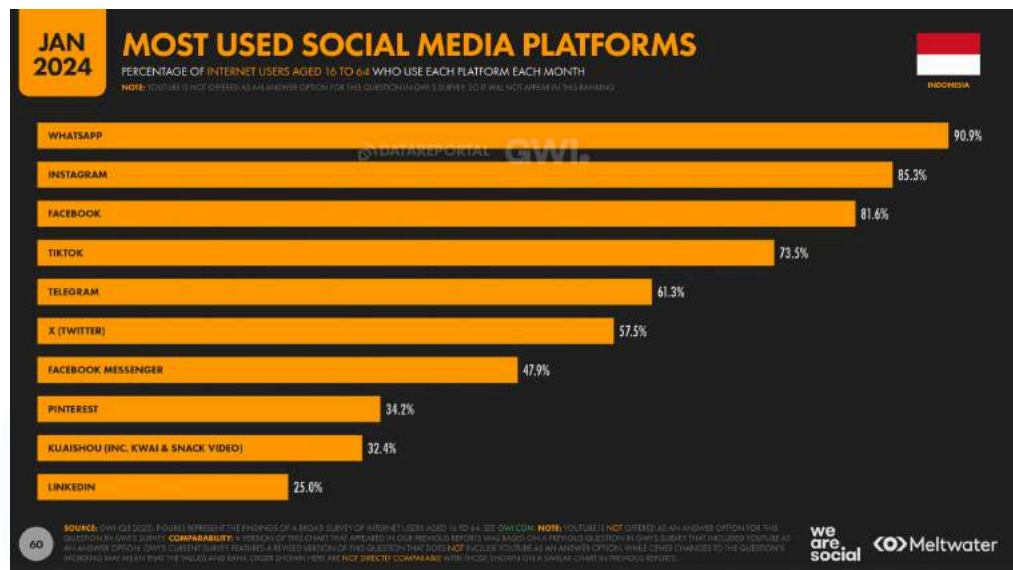


Gambar 3.21 Output dari e-mail Blast

Sumber: Data Penulis

3.2.9 Membuat *Copywriting* untuk *Whatsapp blast*

Whatsapp blast merupakan bagian dari strategi *digital marketing*, namun *intern* diberikan kesempatan untuk membuat *caption* atau *copywriting* dari *Whatsapp blast*. *Whatsapp blast* ini dilakukan setidaknya satu kali dalam seminggu yang bertujuan untuk melakukan promosi terhadap produk *new arrivals*, *heavy stock*, dan kegiatan promosi lainnya lewat *Whatsapp*.



Gambar 3.22 Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan di Indonesia

Sumber: www.datareportal.com

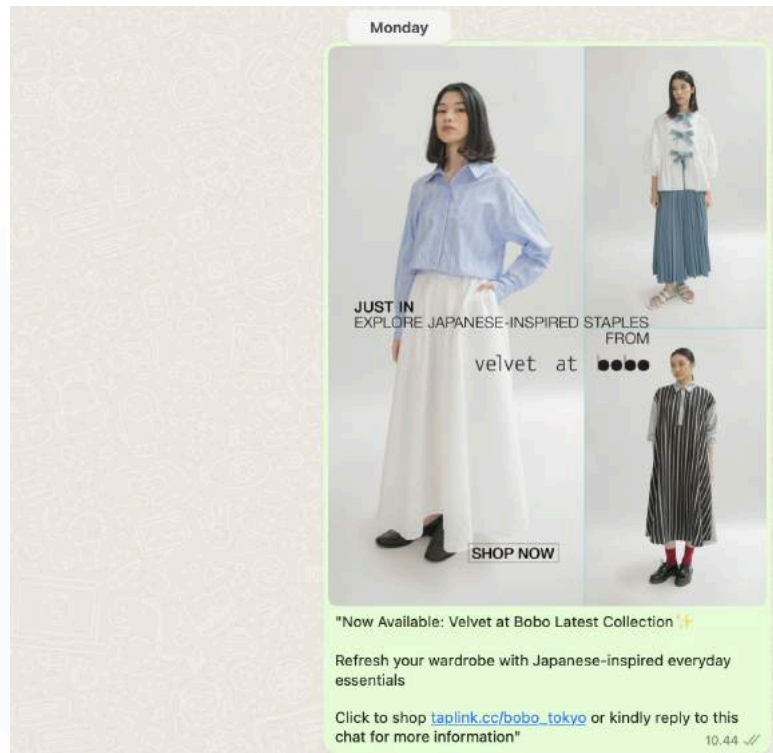
Berdasarkan data dari *We Are Social*, *Whatsapp* merupakan aplikasi yang paling sering digunakan di Indonesia sebesar 90,9%. Hal ini menjadikannya alat promosi yang sangat efektif karena mayoritas populasi menggunakan *Whatsapp*. Oleh karena itu, Bobo Tokyo dapat menjangkau target mereka dengan lebih mudah melalui *Whatsapp blast*. Dengan memanfaatkan popularitas *Whatsapp*, Bobo Tokyo dapat menyampaikan pesan promosi, informasi produk, atau penawaran khusus langsung ke ponsel pelanggan potensial, meningkatkan kemungkinan pesan tersebut dibaca dan direspon. Penggunaan *Whatsapp* juga memungkinkan komunikasi yang lebih personal dan langsung, membantu membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan serta mendorong peningkatan penjualan.

No	Publish Date	Account WA Blast	Content Category	Content	Link Banner	Caption	Status
2	25 April	BOBOBOBO	Promo	Special Phoced Items (start from 189K)	https://drive.google.com/drive/collections/10h0n8h9w0d0k0h0y0 https://shop.taplink.cc/bobo_tokyo	You don't want to miss it. Get Bobo Tokyo Special Priced Items. Start from IDR 189K! Click to shop taplink.cc/bobo_tokyo or kindly reply to this chat for more information.	Ready
3	29 April	BOBOBOBO	New Arrivals	Velvet at Bobo New Arrivals 18 April	https://drive.google.com/drive/collections/158h4P7Cp0x0d4s27Yd https://shop.taplink.cc/bobo_tokyo	Now Available: Velvet at Bobo Latest Collection Refresh your wardrobe with Japanese-inspired everyday essentials Click to shop taplink.cc/bobo_tokyo or kindly reply to this chat for more information.	Ready
4	3 May	BOBO TOKYO	New Arrivals	Stripe New Arrivals 2 May	https://drive.google.com/drive/collections/1X0o0t0l0g0y0d0e0h10k0l0f0 https://shop.taplink.cc/bobo_tokyo	Just in: Bobo Tokyo's Latest Collection Elevate your style with new essentials of casual wear from Bobo Tokyo! Click to shop taplink.cc/bobo_tokyo or kindly reply to this chat for more information.	Ready

Gambar 3.24 Proses Pembuatan Caption

Sumber: Data Perusahaan

Proses kerja dalam pembuatan *Whatsapp blast* ini terdiri dari beberapa tahap yang sistematis. Pertama, penulis bertugas untuk membuat *draft copywriting* yang akan digunakan. Setelah *draft* ini selesai dibuat, penulis akan memasukkannya ke dalam lembar kerja yang telah disediakan khusus untuk keperluan *Whatsapp blast*. Langkah berikutnya adalah pemeriksaan *draft* tersebut oleh tim *digital marketing*. Tim ini akan meninjau konten yang telah dibuat dan memberikan saran atau permintaan revisi jika diperlukan. Penulis kemudian harus melakukan revisi sesuai dengan masukan yang diterima untuk memperbaiki dan menyempurnakan *draft* tersebut. Setelah revisi selesai dan *draft* mendapat persetujuan akhir dari tim *digital marketing*, penulis bertanggung jawab untuk mengirimkan *banner* dan teks *caption* yang telah disetujui ke bagian *Customer Service*. Bagian *Customer Service* kemudian akan mengirimkan pesan ini kepada para pelanggan, memastikan bahwa pesan tersebut sampai ke target yang dituju.



Gambar 3.25 Pengiriman *Caption* kepada *Customer Service*

Sumber: Data Penulis

3.2.10 Kontribusi Dalam Acara Peragaan Busana

Sebagai perusahaan yang bergerak di industri , tidak akan jauh dari keikutsertaannya dalam acara-acara peragaan busana. Bobo Tokyo mengambil kesempatan untuk mengikuti acara peragaan busana pada Mall Grand Indonesia, dengan tema *Chinese New Year*. Kontribusi dalam acara peragaan busana ini menjadi salah satu pelaksanaan dari bagian strategi marketing untuk meningkatkan *brand awareness* dan juga minat beli pada *offline store* yang berlokasi pada Mall Grand Indonesia.

Sebagai pemegang, penulis memiliki peran penting dalam memastikan kelancaran acara tersebut dengan membantu menyelenggarakan segala keperluan yang diperlukan. Mulai dari persiapan pra-acara hingga pelaksanaan, penulis terlibat aktif dalam menangani

logistik, mengkoordinasi dengan berbagai pihak terkait, dan memastikan semua detail terpenuhi. Selain itu, penulis juga turut bertanggung jawab dalam proses dokumentasi acara peragaan busana. Melalui kamera dan catatan tertulis, penulis memastikan bahwa setiap momen yang berharga selama acara direkam dengan baik. Dengan keterlibatannya yang aktif dan perhatian terhadap detail, penulis membantu memastikan bahwa acara peragaan busana berjalan lancar sesuai dengan harapan dari divisi marketing. Dengan begitu, pencapaian tujuan dan kesuksesan acara dapat tercapai dengan lebih baik, sementara reputasi dan citra Bobo Tokyo sebagai merek yang profesional dan berkualitas tetap terjaga.



Gambar 3.26 Kegiatan Acara Peragaan Busana

Sumber: Data Penulis



Gambar 3.27 Proses Persiapan Barang

Sumber: Data Penulis



Gambar 3.28 Proses Gladi Resik Dengan Model

Sumber: Data Penulis



Gambar 3.29 Preview Penampilan
Sumber: Data Penulis



Gambar 3.30 Setelah Acara Peragaan Busana
Sumber: Data Penulis

3.2.11 Menginput Instagram Performance

Aplikasi dengan banyaknya pengguna ini memiliki banyak fitur, salah satu fiturnya yaitu *Activity*. Lewat fitur *Activity* ini, pengguna instagram mampu melakukan analisis akan konten-konten yang mereka upload pada akun Instagram mereka. Terdapat dua data analisis dari fitur *activity*, yaitu *interaction* dan *discovery*. Data *Interaction* dapat didapatkan lewat jumlah *like*, *comment*, *share*, dan *save* dari satu konten yang diunggah pada satu akun. Sedangkan *discovery* merupakan data yang menampilkan *reach* (jumlah dari akun yang menjangkau satu konten).

Bobo Tokyo juga melakukan analisis media sosial dengan mengukur jumlah *engagement rate* dari setiap konten. *Engagement rate* menjadi alat ukur untuk *instagram performance* Bobo tokyo, cara menghitung *engagement rate* sendiri menggunakan rumus perhitungan dibawah ini:

$$ER = \frac{\text{Impression}}{\text{T. Interaction}}$$

Gambar 3.31 Rumus Engagement Rate

Sumber: Data Penulis

Engagement rate dihitung berdasarkan jumlah *impression* yang diperoleh dari satu konten yang dibagikan, kemudian dibagi dengan total interaksi dari konten tersebut. Data interaksi ini dihitung dengan indikator jumlah *likes*, *komentar*, *share*, dan *saved* yang ditambahkan seperti pada gambar di bawah. Perhitungan ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang seberapa efektif suatu konten dalam menarik perhatian dan melibatkan audiens. Dengan menghitung *engagement rate*, kita dapat memahami seberapa banyak audiens yang tidak hanya melihat

konten, tetapi juga berinteraksi dengan konten tersebut melalui berbagai bentuk respon (Amriel, Y., & Ariescy, R. 2021). Hal ini sangat penting untuk mengevaluasi kinerja konten dan strategi media sosial secara keseluruhan, serta membantu dalam merancang konten yang lebih menarik dan relevan bagi audiens di masa mendatang. Penulis menghitung Total Interaction dengan rumus dibawah ini:

$$T. Interaction = T.Likes + T. Comments + T.share + T.saved$$

Gambar 3.32 Rumus Total Interaction

Sumber: Data Penulis

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Content Title	Post Link	Date	Impressions	Raach	Likes	Share	Comment	Save	T. Interaction	Engagement Rate
153	1 - 30 APRIL (MONTHLY)										
154	CARLYN BAG HIGHLIGHT	LINK	04/01/2024								1%
155	VIDEO: GET READY FOR IF TAR	LINK	04/02/2024								1%
156	DENIM STAPLE (GIF)	LINK	04/02/2024								1%
157	VELVET AT BOBO (CATALOGUE SLIDES)	LINK	04/02/2024								1%
158	LET'S GET DRESSY! (GIF)	LINK	04/03/2024								1%
159	SUMMER COLLECTION	LINK	04/04/2024								1%
160	VIDEO: PRETTY PATTERNS FOR RAYA	LINK	04/04/2024								1%
161	BOBO TOKYO NEW ARRIVALS - 4 APRIL	LINK	04/04/2024								1%
162	VIDEO: EYE-CATCHING SKIRTS ESSENTIALS	LINK	04/06/2024								1%
163	CARLYN HOLOGRAM SERIES	LINK	04/05/2024								1%
164	THIN MATERIAL SHIRTS FOR THE SUMMER	LINK	04/06/2024								1%
165	VIDEO: CARLYN RAYA CAMPAIGN	LINK	04/06/2024								1%
166	BOBO TOKYO MUST-HAVES (GIF)	LINK	04/06/2024								1%
167	PRODUCT SLIDE	LINK	04/06/2024								1%
168	CARLYN COZY / SCFT / POING	LINK	03/08/2024								1%
169	NEW ARRIVALS	LINK	04/06/2024								1%
170	CARLYN TIA	LINK	04/05/2024								1%
171	IDUL FITRI GREETINGS	LINK	04/06/2024								1%
172	RAYA HOLIDAY OUTFIT INSPO	LINK	04/10/2024								1%
173	VELVET AT BOBO	LINK	04/11/2024								1%
174	FLOWY SKIRT STAPLE	LINK	04/12/2024								1%
175	STRIPE PICKS	LINK	04/13/2024								1%

Gambar 3.33 Laporan Instagram Performance

Sumber: Data Perusahaan

Pada gambar diatas memperlihatkan pekerjaan penulis dengan menginput data-data *interaction* dan *discovery* untuk mendapatkan *engagement rate* setiap konten dari Bobo Tokyo. Pertama, penulis akan menulis judul setiap konten dan memasukan link instagram dari konten tersebut, lalu setelah itu penulis akan mencatat insight yang tertulis pada instagram kedalam file tersebut.

3.2.12 Menginput Insight Electronic Direct Mail Report

Pemasaran direct mail marketing adalah kegiatan promosi yang memberikan penawaran, pengingat, informasi, brosur dan pemberitahuan kepada seseorang atau pasar tertentu yang berada di alamat lain atau lokasi yang berbeda. Jutaan pengiriman akan dilakukan dengan target pemasaran yang selektif dan benar benar berpotensi serta tepat sasaran

Setelah melakukan electronic direct mail lewat e-mail blast, penulis membuat laporan terkait dengan insight dari e-mail yang dikirim setiap minggunya. Hasil yang perlu diinput adalah sent (jumlah orang yang menerima e-mail), opened (jumlah penerima yang membuka e-mail), click (jumlah pembuka e-mail klik banner dan masuk ke landing page), bounce (jumlah e-mail yang tidak terkirim), revenue (keuntungan yang didapat dari setiap EDM). Hasil insight tersebut digunakan untuk melakukan perhitungan open rate, clicks rate, dan actual sale.

Open rate adalah salah satu alat ukur keberhasilan dari kegiatan pemasaran *direct mail*. Lewat *open rate*, penulis mampu mengetahui rata-rata penerima yang membuka e-mail dari Bobobobo. Clicks rate merupakan alat ukur untuk untuk mendapatkan average dari penerima yang mengklik banner dan terhubung ke landing page.

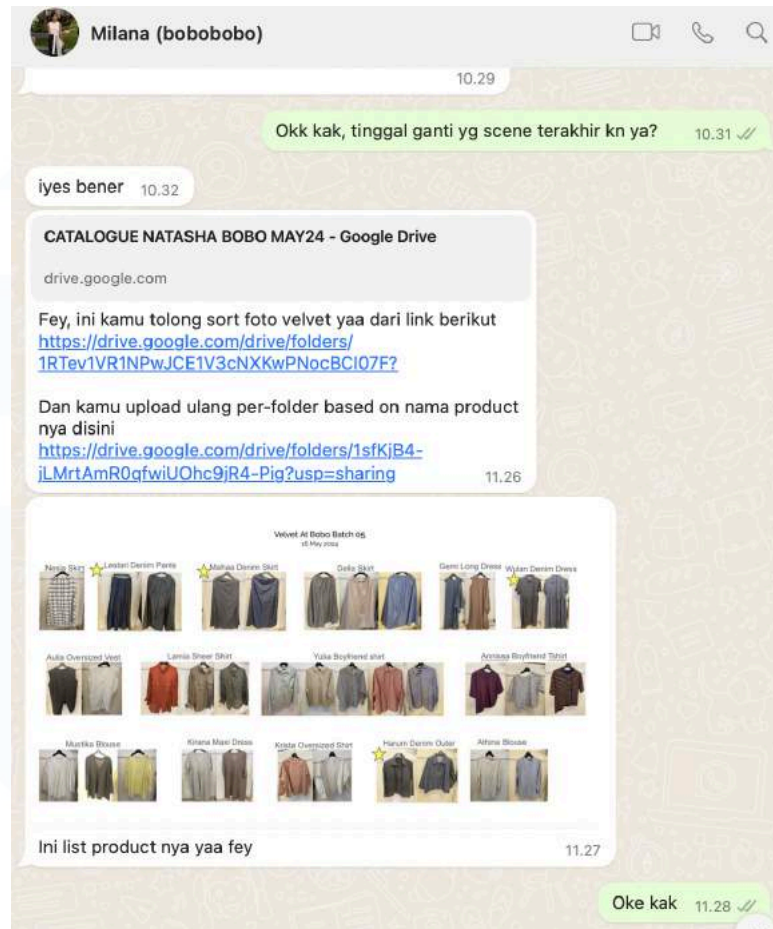
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
	Content Name	Brand	Content Link	Date	Sent	Opened	Open Rate	Clicks	Clicks per Open %
2	230923 Regular Email	BOBO TOKYO	https://dashboard.marsoft						
3	290923 Regular Email	BOBO TOKYO	https://dashboard.marsoft						
4	10112023 Regular Email	BOBO TOKYO	https://dashboard.marsoft						
5	MEN_2023_DEC_4	BOBOBOBO MEN	https://dashboard.marsoft						
6	WOMEN_2023_DEC_4	BOBOBOBO WOMEN	https://dashboard.marsoft						
7	MEN_2023_DEC_5	BOBOBOBO MEN	https://dashboard.marsoft						
8	Copy MEN_2023_DEC_7	BOBOBOBO MEN	https://dashboard.marsoft						
9	WOMEN_2023_DEC_8	BOBOBOBO WOMEN	https://dashboard.marsoft						
10	WOMEN_2023_DEC_11	BOBOBOBO WOMEN	https://dashboard.marsoft						
11	MEN_2023_DEC_14	BOBOBOBO MEN	https://dashboard.marsoft						
12	WOMEN_2023_DEC_15	BOBOBOBO WOMEN	https://dashboard.marsoft						
13	WOMEN_2023_DEC_18	BOBOBOBO WOMEN	https://dashboard.marsoft						
14	MEN_2023_DEC_19	BOBOBOBO MEN	https://dashboard.marsoft						
15	MEN_2023_DEC_21	BOBOBOBO MEN	https://dashboard.marsoft						
16	MEN_2023_DEC_30	BOBOBOBO MEN	https://dashboard.marsoft						
17	WOMEN_2023_DEC_30	BOBOBOBO WOMEN	https://dashboard.marsoft						
18	30122023 Regular Email	BOBO TOKYO	https://dashboard.marsoft						
19	MEN_2023_DEC_31	BOBOBOBO MEN	https://dashboard.marsoft						
20	WOMEN_2023_DEC_31	BOBOBOBO WOMEN	https://dashboard.marsoft						
21	01012024 Regular Email	BOBO TOKYO	https://dashboard.marsoft						
22	WOMEN_2024_JAN_8	BOBOBOBO WOMEN	https://dashboard.marsoft						
23	MEN_2023_JAN_9	BOBOBOBO MEN	https://dashboard.marsoft						
24	MEN_2024_JAN_11	BOBOBOBO MEN	https://dashboard.marsoft						

Gambar 3.34 Laporan *Electronic Direct Mail*

Sumber: Data Perusahaan

3.2.13 Memindahkan aset Velvet at Bobo

Kegiatan ini merupakan salah satu tanggung jawab yang diberikan oleh supervisi kepada pemegang. Sesuai dengan penjelasan yang sudah ditulis oleh penulis terkait dengan kolaborasi dengan Velvet at Bobo, penulis perlu melakukan pemilihan aset gambar yang diberikan oleh team Shop at Velvet. Aset gambar yang telah dipilih ini dapat digunakan oleh tim creative, gambar pada website, dan juga tim marketing. Pemilihan gambar ini juga termasuk tanggung jawab yang cukup krusial karena berdampak pada setiap divisi agar dapat menyelesaikan tugasnya masing-masing.

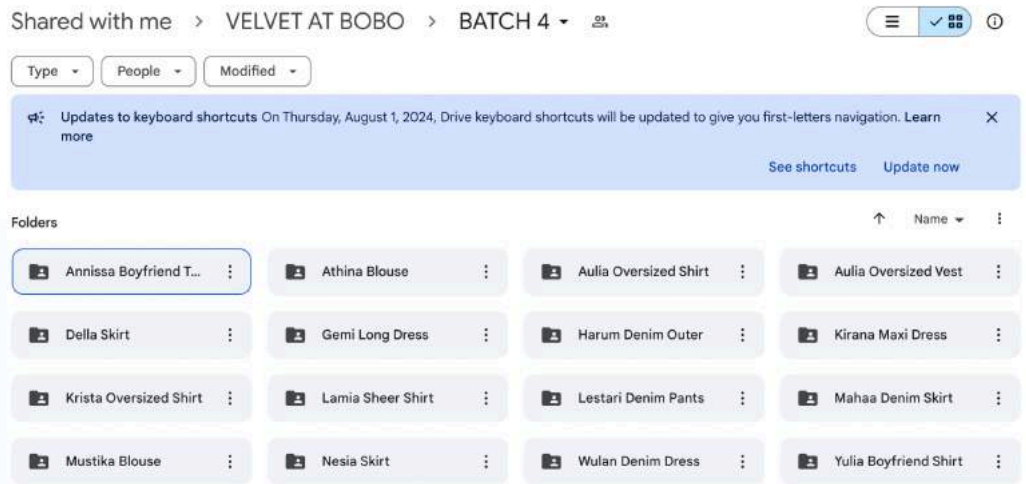


Gambar 3.35 Pemberian Tugas Kurus Gambar

Sumber: Data Penulis

Supervisi akan mengirim tugas dalam melalui Whatsapp dengan isi detail tugas agar penulis dapat arahan yang sesuai. Dalam detail tugas tersebut terdapat tautan untuk folder aset dari Shop at Velvet dan juga tautan yang berisi folder untuk menyimpan aaset yang sudah dikurasi oleh penulis. Penulis harus membuat folder sesuai dengan jumlah produk dan memasukkan gambar kedalam folder sesuai dengan nama produk seperti contoh dibawah.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.36 Folder aset milik Bobo Tokyo

Sumber: Data Penulis

3.3 Kendala yang Ditemukan

a. Sulit mencari sound yang sesuai untuk konten video

Latar musik pada konten video menjadi salah satu faktor tingkat engagement rate pada sebuah konten, seperti menggunakan musik yang sedang viral atau tren pada media sosial. Namun, konten Bobo Tokyo tidak menerapkan hal tersebut dengan menggunakan lagu yang sesuai dengan citra dari Bobo Tokyo. Genre lagu yang dipilih yaitu *Japan City Pop*, dan lagu yang dipilih tidak dapat digunakan secara berulang. Hal tersebut menjadi kendala bagi penulis karena menghambat penulis dalam menyelesaikan satu tugas.

b. Pencahayaan yang kurang bagus saat pembuatan konten

Dalam memberikan kesan yang baik lewat konten kepada audiens tentunya ada beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas dari konten tersebut. Pencahayaan menjadi faktor penting yang mempengaruhi kualitas dari sebuah konten. Namun, kegiatan syuting konten pada studio hanya

mengandalkan pencahayaan alami dari sinar matahari. Oleh karena itu, apabila cuaca sedang tidak mendukung dan sinar dari luar kurang bagus akan menjadi hambatan pembuatan konten bagi penulis.

c. Menyesuaikan style copywriting

Copywriting mampu menjadi faktor penguat citra merek dan *brand identity* lewat gaya penulisan yang sama dan konsisten pada konten, *caption* konten, *Whatsapp blast*, dan *newsletter* tentunya akan semakin memperkuat citra merek yang diciptakan oleh Bobo Tokyo dan dapat meninggalkan impresi yang spesifik di pikiran *audience* atau *customer* dari Bobo Tokyo. Dalam hal ini, penulis mendapatkan tugas untuk membuat *caption* untuk *Whatsapp blast*, dimana penulis perlu menyamakan gaya penulisan dari Bobo Tokyo secara konsisten namun tetap menarik. Hal ini menjadi kendala bagi penulis karena diperlukan *skill* menulis, spesifiknya *copywriting*, dan kreativitas yang tinggi sehingga mampu menyamakan standar penulisan atau *copywriting*, dan membiasakan diri untuk menulis *caption* yang menarik bagi pembacanya.

d. Kurangnya aset video

Dalam melakukan kegiatan penyuntingan video, aset video merupakan salah satu faktor penting. Namun, kerap kali folder video yang harus diedit oleh penulis kurang berkualitas sehingga menjadi kendala bagi penulis untuk membuat konten video seperti teaser, behind the scene, dan footage-footage photoshoot lainnya. Kendala tersebut menjadi kendala bagi penulis untuk lebih menggali dan mengeksplorasi cara menyunting setiap aset video agar menjadi sebuah konten video yang berkualitas.

e. Memori gadget tidak memadai

Selama melakukan kegiatan sebagai Social Media dan Content Creator Intern, penulis membutuhkan memori yang cukup besar untuk penyimpanan gadget. Hal tersebut menjadi kendala disaat penulis harus

melakukan syuting konten, karena diperlukan waktu untuk menghapus video dan foto milik penulis. Dapat dikatakan tindakan tersebut cukup memakan waktu banyak sehingga waktu tidak dapat dimanfaatkan secara efektif.

3.1 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Bagian ini berisi solusi atas kendala yang ditemukan selama proses kerja magang

a. Kesulitan dalam mencari sound yang sesuai untuk konten video

Penulis mengalami kesulitan dalam memilih lagu karena keterbatasan pilihan serta ruang eksplorasi yang terbatas. Untuk mengatasi kendala ini, penulis merumuskan beberapa solusi yang memungkinkan untuk memperluas cakupan dan variasi musik dalam konten Bobo Tokyo. Salah satu solusi yang diadopsi adalah dengan memberikan beberapa alternatif gaya musik lain yang masih sesuai dengan konsep video Bobo Tokyo, sehingga memberikan variasi yang lebih kaya dan menarik bagi penonton. Sebelumnya, penulis terbatas pada menggunakan TikTok sebagai satu-satunya sumber pencarian musik. Namun, sebagai bagian dari solusi yang lebih inklusif, penulis memutuskan untuk memanfaatkan sumber daya lain, seperti YouTube, yang menawarkan beragam genre musik, seperti *Chill RnB*, *Chill Hip Hop*, dan *Jazz*. Langkah ini memungkinkan penulis untuk mengeksplorasi lebih banyak variasi musik yang dapat digunakan dalam konten Bobo Tokyo, meningkatkan daya tarik dan keberagaman konten yang disajikan kepada penonton.

b. Pencahayaan yang kurang bagus saat pembuatan konten

Dalam mengatasi kendala pencahayaan pada saat kegiatan syuting konten, penulis mampu mengambil keputusan untuk solusi dari kendala. Seperti, melakukan penyuntingan pada tingkat pencahayaan video, menggunakan cahaya dari ring light, atau melakukan penjadwalan ulang

untuk kegiatan syuting konten. Setiap pilihan solusi terdapat kelebihan dan kekurangannya masing-masing sehingga penulis perlu mempertimbangkan keputusan dengan baik.

c. Menyesuaikan style copywriting

Tugas copywriting menjadi sebuah tantangan yang menantang bagi penulis, terutama karena kurangnya pengalaman dalam menulis dalam bahasa Inggris. Meskipun demikian, tanggung jawab untuk membuat copywriting untuk Whatsapp blast telah menjadi kesempatan yang berharga bagi penulis untuk belajar dan mengasah kemampuan dalam bidang copywriting. Untuk mengatasi tantangan ini, penulis mengambil langkah-langkah kreatif dengan mencari inspirasi dari copywriting yang telah ada sebelumnya sebagai panduan dalam merumuskan caption untuk Whatsapp blast.

Dengan cara ini, penulis tidak hanya dapat belajar dari praktik terbaik yang telah terbukti, tetapi juga dapat meningkatkan kemampuan menulis bahasa Inggrisnya secara bertahap melalui praktik dan eksperimen langsung. Proses ini merupakan kesempatan berharga bagi penulis untuk mengembangkan keterampilan dalam bidang copywriting, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih berharga bagi Bobo Tokyo dalam strategi pemasaran mereka di platform WhatsApp dan melampaui hambatan bahasa yang dihadapi.

d. Kurangnya aset video

Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis mengadopsi dua solusi yang efektif. Pertama, penulis memberikan saran dan arahan kepada tim pengambilan video terkait dengan aset video yang sesuai dengan standar editor. Hal ini meliputi memberikan panduan yang jelas mengenai format, durasi, dan kualitas video yang diinginkan agar sesuai dengan kebutuhan penyuntingan dan pemrosesan selanjutnya. Dengan demikian, tim

pengambilan video dapat memastikan bahwa aset video yang dihasilkan sudah memenuhi standar yang diperlukan, sehingga mengurangi waktu dan upaya yang diperlukan dalam proses penyuntingan.

Kedua, penulis mengeksplorasi berbagai teknik penyuntingan video untuk mengatasi masalah aset video yang kurang sempurna. Dengan memanfaatkan beragam fitur dan alat penyuntingan, penulis mampu memperbaiki dan meningkatkan kualitas aset video yang tidak memenuhi standar secara langsung. Ini termasuk teknik pemangkasan, penyesuaian warna, stabilisasi gambar, dan penggunaan efek visual lainnya untuk menciptakan video konten yang tetap sesuai dengan standar Bobo Tokyo. Dengan mengadopsi kedua solusi ini, penulis dapat mengoptimalkan efisiensi waktu dan hasil akhir produksi konten, serta memastikan bahwa setiap video yang diproduksi memenuhi standar kualitas yang diinginkan oleh perusahaan.

e. **Memori *gadget* tidak memadai**

Selama menjalani peran sebagai *Social Media* dan *Content Creator Intern*, penulis telah berulang kali dihadapkan pada kendala terkait masalah memori penyimpanan. Tantangan ini sering kali menjadi hambatan yang mengganggu alur kerja. Namun, penulis telah mengambil langkah-langkah proaktif untuk mengatasi masalah tersebut. Salah satu solusi yang telah diterapkan adalah dengan melakukan penghapusan secara teratur terhadap foto dan gambar yang tidak lagi dibutuhkan. Selain itu, penulis juga aktif dalam mentransfer foto dan gambar ke penyimpanan cloud seperti Google Drive sebagai alternatif penyimpanan tambahan. Dengan berbagai upaya ini, penulis berhasil menemukan berbagai cara untuk mengatasi kendala penyimpanan data dengan mengambil langkah-langkah strategis yang tersedia.