

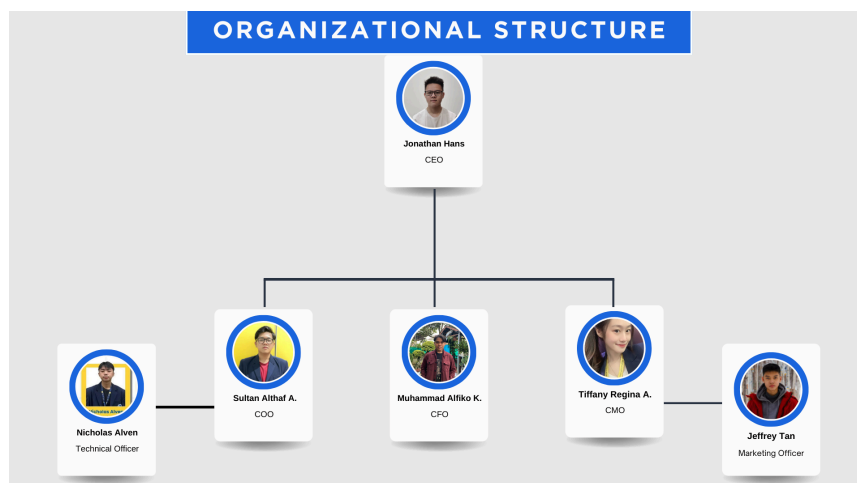
## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Praktik kerja magang dilakukan oleh penulis di perusahaan Skystar Ventures sebagai perusahaan forum wirausaha semenjak tanggal 29 Januari 2024. Penulis melaksanakan program magang bersama tim dan memiliki struktur jabatan untuk pembagian fokus pekerjaan di dalam tim. Penulis sebagai *Chief Marketing Operation* bertanggung jawab penuh dalam melakukan pemasaran bisnis tim yaitu Ngecass. Dalam melakukan tugas pemasaran, penulis dibantu oleh rekan tim penulis yaitu Jeffrey Tan sebagai *marketing officer*. Selama pelaksanaan magang, tim kami dibimbing secara langsung oleh mentor dari perusahaan Skystar Ventures yaitu Kak Hoky Nanda.

Sebagai tim wirausaha, perusahaan Skystar Ventures menyerahkan kewajiban untuk mengatur bisnis sesuai tim masing-masing. Tim akan berdiskusi secara mandiri mulai dari pembuatan rancangan bisnis dalam bentuk pitch deck dan mentor akan memantau dan mengoreksi kekurangan maupun kesalahan yang dibuat oleh tim.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Tim Ngecass

Sumber: Data penulis (2024)

Sebagai *Chief Marketing Operation*, penulis bertanggung jawab untuk menyelesaikan seluruh tugas terkait pemasaran bisnis Ngecass, setelah itu laporan hasil pemasaran akan langsung dikirimkan kepada tim untuk dievaluasi bersama, dan apabila ada revisi atau koreksi yang perlu penulis lakukan, maka penulis akan diberitahukan dari hasil kesepakatan bersama tim. Hasil laporan kinerja tim akan diberikan kepada mentor setiap minggu untuk dievaluasi dan revisi akan dilakukan kembali jika ada masukan dari mentor kepada tim.

Dalam praktik kerja magang ini, penulis selalu melakukan koordinasi dengan rekan kerja dalam tim yaitu Jeffrey Tan selaku *marketing officer* untuk membahas tugas pemasaran yang harus dilakukan seperti merancang konten dan copywriting untuk social media serta merancang dan memasang iklan di platform online. Kami melakukan *brainstorming* bersama dan tidak lupa meminta masukan serta saran kepada tim ataupun mentor kami yaitu Kak Hoky Nanda terkait konten, copywriting, dan ads yang telah berjalan ataupun akan berjalan.

## **3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang**

### **3.2.1 Tugas Kerja Magang**

Praktik kerja magang di Skystar Ventures sebagai tim kewirausahaan Ngecass mempunyai tugas membuat pitchdeck terkait bisnis yang akan dikembangkan. Bisnis tersebut bernama Ngecass yang merupakan sebuah aplikasi yang memuat peta berisi titik pengisian daya khusus kendaraan listrik di Indonesia. Pitchdeck ini berisi tentang gambaran besar dari aplikasi Ngecass termasuk model bisnis yang digunakan, strategi pemasaran, dan proyeksi keuangan. Pitchdeck yang penulis dan tim Ngecass buat kemudian akan ditinjau dan dievaluasi oleh mentor dari Skystar Ventures.

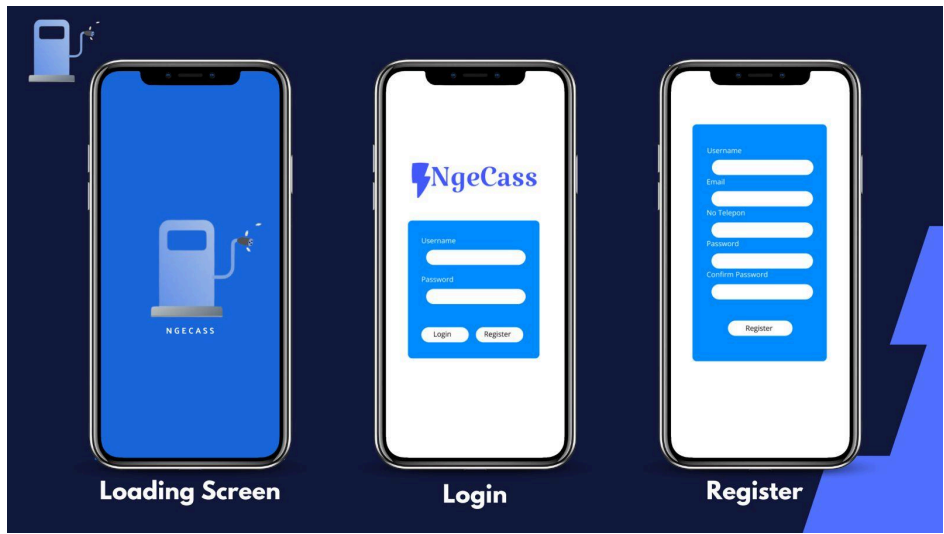
Selain membuat pitchdeck, penulis bersama tim juga mengembangkan aplikasi Ngecass melalui Figma. Pengembangan aplikasi dilakukan berdasarkan survey tim kepada para calon customer yaitu pengguna kendaraan listrik. Fitur-fitur dibuat menyesuaikan kebutuhan customer sehingga dengan adanya

aplikasi Ngecass dapat membantu dan memudahkan customer pengguna kendaraan listrik. Evaluasi pengembangan aplikasi dilakukan setiap saat supaya membuat customer puas dengan layanan yang diberikan oleh aplikasi Ngecass.



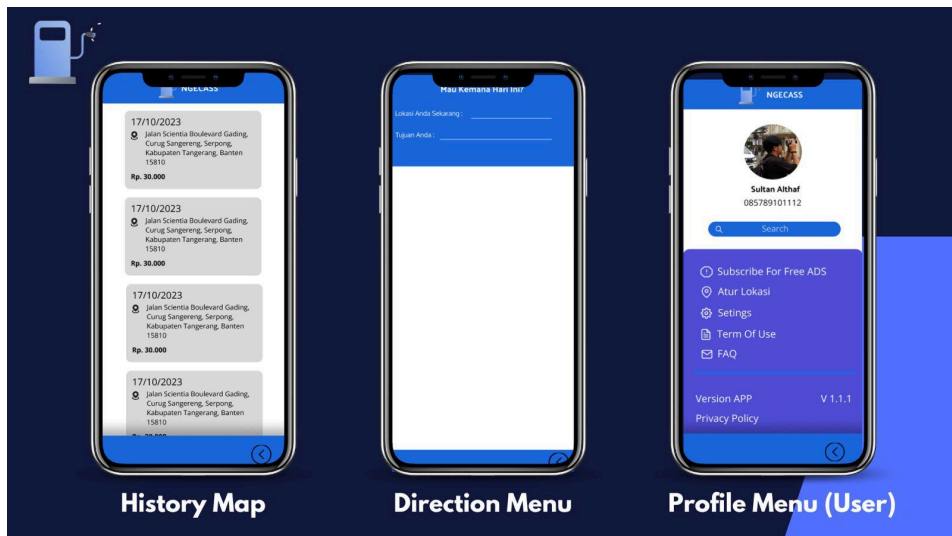
Gambar 3.2 Diskusi bersama Tim Ngecass

Sumber : Data Penulis (2024)



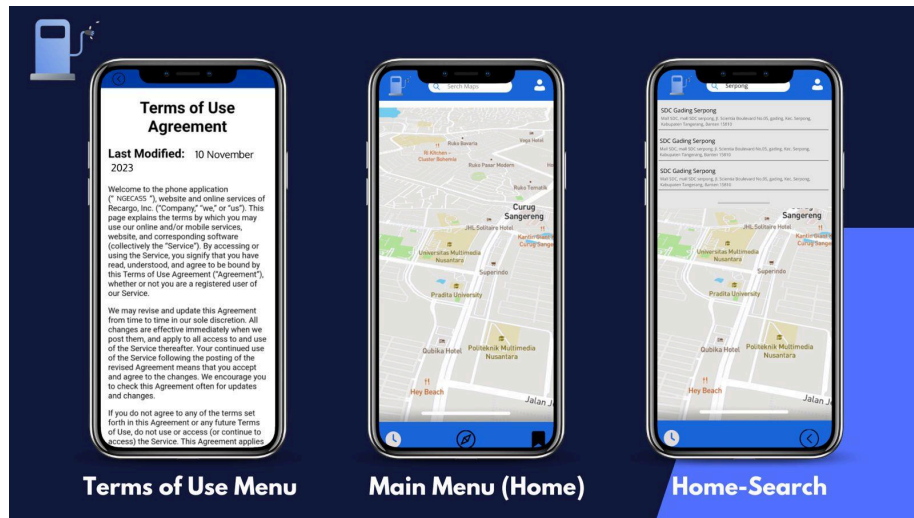
Gambar 3.3 Fitur Aplikasi Ngecass 1

Sumber : Data Penulis (2024)



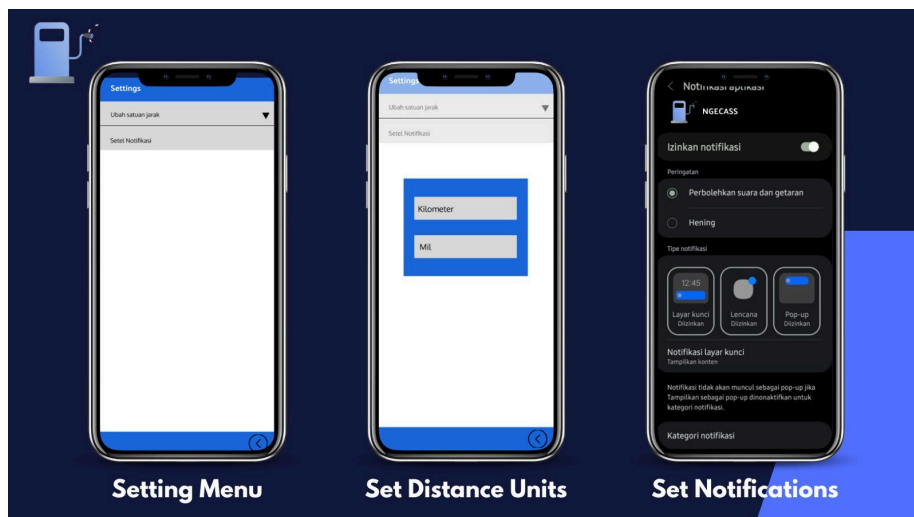
Gambar 3.4 Fitur Aplikasi Ngecass 2

Sumber : Data Penulis (2024)



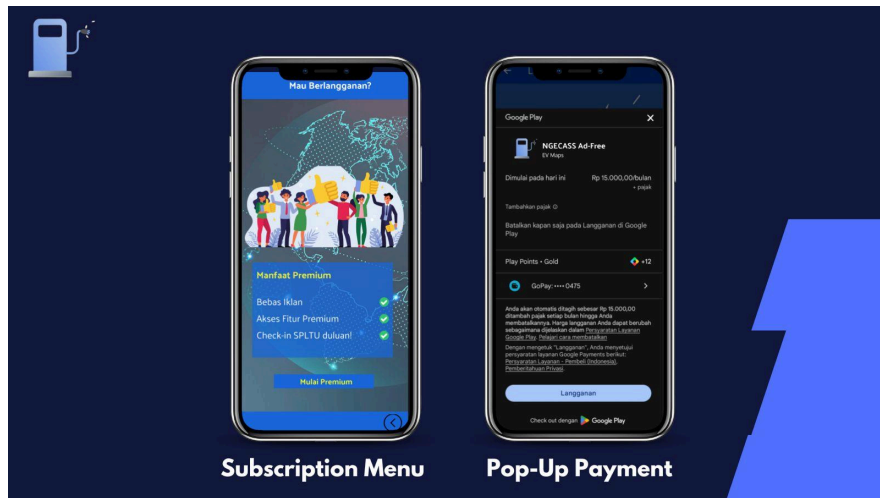
Gambar 3.5 Fitur Aplikasi Ngecass 3

Sumber : Data Penulis (2024)



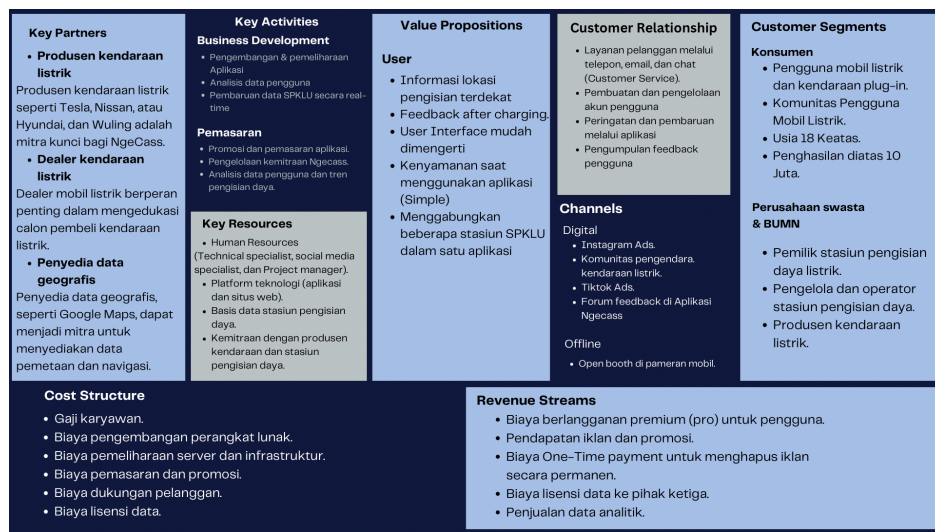
Gambar 3.6 Fitur Aplikasi Ngecass 4

Sumber : Data Penulis (2024)



Gambar 3.7 Fitur Aplikasi Ngecass 5

Sumber : Data Penulis (2024)



Gambar 3.8 Business Model Canvas

Sumber : Data Penulis (2024)

Gambar diatas adalah Business Model Canvas dari Ngecass. Pada bagian Customer Segments, kami membagi menjadi 2 segment yaitu dari sisi Konsumen dan Perusahaan Swasta & BUMN. Pada segmen konsumen, terdapat 4 konsumen yang kami ingin capai, yaitu Pengguna kendaraan listrik, Komunitas mobil listrik, yang berusia 18 tahun keatas, dengan penghasilan lebih dari 10 Juta. Hal ini

berupa representasi dari calon pengguna kami yang sudah memiliki penghasilan dengan umur diatas 18 tahun dan sudah mempunyai mobil listrik. Pada segmen Perusahaan swasta & BUMN terdapat 3 kategori yang ingin kami capai yaitu Perusahaan swasta yang menjadi pemilik stasiun pengisian daya listrik dengan tujuan bekerjasama dalam mengembangkan Aplikasi. Selanjutnya, pengelola dan operator stasiun pengisian untuk memastikan bahwa SPKLU tersedia dan tidak dalam perbaikan. Yang terakhir adalah produsen kendaraan listrik, dengan menjadikan produsen sebagai segmen konsumen kami, ini berpotensi untuk bekerjasama dalam penggunaan aplikasi pada mobil mereka.

Pada bagian Value Proposition, Ngecass memberikan pengguna mobil listrik layanan unggulan dengan menawarkan informasi real-time tentang lokasi pengisian daya terdekat, memfasilitasi pencarian cepat dan efisien. Setelah pengisian, pengguna dapat memberikan dan melihat umpan balik, memberikan panduan berharga kepada pengguna lain. Interface pengguna yang sederhana dan mudah dimengerti serta desain aplikasi yang memastikan kenyamanan pengguna menjadi prioritas, memastikan navigasi yang lancar dan pengalaman pengguna yang positif. Dengan menggabungkan berbagai stasiun pengisian daya dalam satu aplikasi, Ngecass membuat perencanaan perjalanan menjadi lebih mudah, memungkinkan pengguna untuk mengakses semua informasi yang mereka butuhkan tanpa perlu beralih antar aplikasi atau platform. Dengan demikian, Ngecass berkomitmen untuk memberikan solusi komprehensif dan nyaman bagi pengguna mobil listrik, mendukung gaya hidup ramah lingkungan mereka.

pada bagian Channel, Ngecass memanfaatkan berbagai saluran (channels) untuk mengoptimalkan jangkauan dan interaksinya dengan pelanggan. Secara digital, Ngecass menggunakan iklan Instagram untuk mencapai audiens yang luas dan mempromosikan platformnya kepada pengguna potensial melalui visual yang menarik. Selain itu, melibatkan komunitas pengendara kendaraan listrik melalui platform seperti Instagram dan TikTok membantu membangun keterlibatan yang kuat dan memperluas jangkauan merek. TikTok Ads menjadi alat efektif untuk

menargetkan audiens yang lebih muda dan dinamis. Forum feedback di aplikasi Ngecass memberikan wadah bagi pengguna untuk berbagi pengalaman dan memberikan umpan balik, membangun komunikasi dua arah yang berharga. Di sisi offline, membuka booth di pameran mobil memberikan kesempatan bagi Ngecass untuk secara langsung berinteraksi dengan pengguna potensial, menjelaskan layanan, dan membangun hubungan langsung dengan komunitas. Dengan kombinasi saluran digital dan offline ini, Ngecass dapat membangun kehadiran yang kuat di pasar dan mencapai beragam kelompok pelanggan.

Dalam Customer Relationship, Ngecass mengutamakan hubungan pelanggan yang kuat melalui beberapa metode yang berfokus pada pelayanan dan keterlibatan pengguna. Tim layanan pelanggan beroperasi melalui telepon, email, dan layanan chat, memberikan dukungan langsung untuk pertanyaan atau masalah pengguna. Proses pembuatan dan pengelolaan akun pengguna disederhanakan untuk memastikan pengalaman pengguna yang mulus, dengan Ngecass berkomitmen untuk menyediakan layanan yang responsif dan ramah. Melalui aplikasinya, Ngecass memberikan peringatan dan pembaruan kepada pengguna, memastikan bahwa informasi terkini, termasuk lokasi pengisian daya dan pembaruan fitur, mudah diakses. Pengumpulan feedback pengguna menjadi bagian integral dari strategi Ngecass, memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam perbaikan platform dan memberikan masukan berharga untuk meningkatkan layanan. Dengan pendekatan ini, Ngecass membangun dan memelihara hubungan yang positif dan berkelanjutan dengan pelanggan, mengutamakan kepuasan pengguna dan memperkuat keterlibatan mereka dalam ekosistem kendaraan listrik.

Pada revenue streams, Ngecass menghasilkan pendapatan melalui beberapa saluran yang beragam. Model berlangganan premium (Pro) memberikan pengguna akses ke fitur-fitur eksklusif dengan pembayaran berlangganan reguler, menciptakan aliran pendapatan yang stabil dan berkelanjutan. Pendapatan tambahan diperoleh melalui iklan dan promosi di platform, memungkinkan mitra



bisnis untuk mempromosikan produk atau layanan mereka kepada pengguna. Ngecass juga menawarkan opsi pembayaran satu kali untuk menghapus iklan secara permanen, memberikan fleksibilitas kepada pengguna yang ingin meningkatkan pengalaman mereka. Melalui biaya lisensi data ke pihak ketiga, Ngecass memanfaatkan nilai data yang dikumpulkannya, membuka potensi kerjasama dengan mitra bisnis atau penyedia layanan lainnya. Selain itu, penjualan data analitik menjadi sumber pendapatan tambahan, di mana Ngecass dapat memonetisasi wawasan pasar dan tren yang diperoleh dari penggunaan platformnya. Dengan kombinasi berbagai sumber pendapatan ini, Ngecass dapat menciptakan keberlanjutan finansial dan terus menyediakan layanan berkualitas kepada pengguna.

Ngecass mengandalkan key resources yang penting untuk mendukung operasional dan pertumbuhan platformnya. Sumber daya manusia termasuk tim teknis, spesialis media sosial, dan manajer proyek yang bekerja sama untuk mengelola dan meningkatkan kualitas platform. Infrastruktur utama terdiri dari platform teknologi, termasuk aplikasi mobile dan situs web, yang menjadi pondasi untuk memberikan pengalaman pengguna yang efisien. Basis data stasiun pengisian daya yang lengkap dan akurat memberikan keandalan informasi kepada pengguna dan mendukung analisis data. Kemitraan strategis dengan produsen kendaraan listrik dan penyedia stasiun pengisian daya menjadi kunci untuk memperoleh akses terkini, memperluas jangkauan pengguna, dan memperkuat posisi Ngecass dalam ekosistem kendaraan listrik. Dengan sinergi sumber daya ini, Ngecass dapat memberikan layanan yang optimal dan terus mendukung perkembangan pasar kendaraan listrik secara efektif.

Ngecass melibatkan serangkaian kegiatan kunci yang menjadi pilar fundamental dalam mendukung operasional dan pertumbuhan platformnya. Dalam konteks pengembangan bisnis, Ngecass aktif berpartisipasi dalam perluasan jaringan stasiun pengisian daya dan membangun kemitraan strategis dengan produsen kendaraan listrik serta penyedia stasiun pengisian daya untuk

mendukung pertumbuhan ekosistem kendaraan listrik. Pengembangan dan pemeliharaan aplikasi mobile dan situs web menjadi fokus utama, memastikan teknologi yang digunakan tetap terkini dan memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Melalui analisis data pengguna, Ngecass memahami tren penggunaan dan kebutuhan pengguna, sementara pembaruan real-time data stasiun pengisian daya menjaga akurasi informasi yang disajikan kepada pengguna. Dalam ranah pemasaran, Ngecass aktif mempromosikan aplikasinya dan mengelola kemitraan dengan Ngecass untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik lebih banyak pengguna. Analisis data pengguna dan tren pengisian daya terus menjadi dasar untuk memperbarui dan meningkatkan layanan, menjadikan Ngecass sebagai kontributor utama dalam mendukung pertumbuhan industri kendaraan listrik secara holistik.

Key partners Ngecass mencakup kolaborasi dengan pemangku kepentingan kunci dalam ekosistem kendaraan listrik. Mitra utama melibatkan produsen kendaraan listrik seperti Tesla, Nissan, dan Hyundai, serta Wuling. Kemitraan ini memberikan Ngecass akses ke informasi terkini dan mendalam tentang perkembangan teknologi dan jaringan stasiun pengisian daya, menciptakan sinergi yang saling menguntungkan. Dealer kendaraan listrik juga menjadi mitra strategis, berperan dalam mengedukasi calon pembeli kendaraan listrik dan meningkatkan penetrasi pasar. Sementara itu, kerjasama dengan penyedia data geografis seperti Google Maps memungkinkan Ngecass untuk menyediakan pemetaan dan navigasi yang akurat, memperkaya pengalaman pengguna dalam mencari dan menggunakan stasiun pengisian daya. Dengan keterlibatan key partners ini, Ngecass dapat memperluas layanan dan meningkatkan nilai tambah bagi pengguna serta mendukung pertumbuhan ekosistem kendaraan listrik secara keseluruhan.

Cost structures Ngecass mencakup berbagai elemen utama yang mendukung operasional dan pertumbuhan platformnya. Gaji karyawan menjadi komponen penting, melibatkan teknis spesialis, manajer proyek, dan spesialis

media sosial yang memastikan keberlanjutan operasional dan pengembangan platform. Biaya pengembangan perangkat lunak mencakup investasi dalam pembaruan dan peningkatan aplikasi mobile dan situs web agar selalu memenuhi standar teknologi terkini. Pemeliharaan server dan infrastruktur memerlukan investasi berkelanjutan untuk memastikan ketersediaan data stasiun pengisian daya dan performa platform yang optimal. Biaya pemasaran dan promosi mencakup kampanye untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik pengguna baru. Dukungan pelanggan memerlukan alokasi sumber daya untuk memberikan layanan yang responsif dan memuaskan kepada pengguna. Biaya lisensi data terkait dengan penggunaan data dari pihak ketiga untuk meningkatkan pemetaan dan navigasi dalam aplikasi. Melalui manajemen yang efisien dari cost structures ini, Ngecass dapat menjaga keseimbangan keuangan sambil terus memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pengguna dan mengembangkan platformnya.

Strategi marketing yang dilakukan penulis sebagai Chief Marketing Officer adalah membuat konten informatif seperti tentang manfaat kendaraan listrik, panduan penggunaan Ngecass, dan perkembangan terbaru dalam teknologi pengisian daya EV. Social Media Marketing dengan meningkatkan kehadiran di platform media sosial terutama Instagram dengan konten yang menarik dan kampanye iklan terarah. Menawarkan promosi bersama dan program insentif bagi pengguna yang mengisi daya di stasiun mitra. Hingga menghargai pengguna setia dengan reward points, diskon, atau akses eksklusif ke fitur premium.

Customer journey untuk meningkatkan brand awareness dimulai dari tahap awareness, menggunakan iklan digital yaitu pengguna pertama kali menemukan Ngecass melalui iklan digital, pencarian Google, atau media sosial. Kemudian konten marketing lewat konten yang diunggah oleh media sosial Ngecass. Consideration, melalui mengunduh aplikasi Ngecass dan mendaftar sebagai pengguna untuk mengetahui lebih lanjut tentang fitur dan manfaatnya. First Use, menggunakan aplikasi untuk menemukan stasiun pengisian daya terdekat dan

memulai pengisian daya. Engagement, memberikan ulasan atau umpan balik tentang stasiun pengisian daya yang digunakan, serta berpartisipasi dalam komunitas pengguna EV. Loyalty & Advocacy, mengumpulkan poin atau mendapatkan insentif untuk penggunaan yang sering, serta menjadi advokat merek dengan berbagi pengalaman positif di media sosial atau forum komunitas.

Selain itu, penulis sebagai penanggung jawab di bidang marketing, penulis menggunakan platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia saat ini yaitu Instagram dimana hal tersebut agar banyak masyarakat yang lebih mengenal aplikasi kami yaitu Ngecass dan meningkatkan *brand awareness*. Penulis memulai perencanaan pemasaran dengan melakukan content planning yaitu jadwal konten yang akan dibuat untuk menarik audience. Penulis mencari referensi konten dan tren yang sesuai dengan brand character Ngecass, setelah itu dilanjutkan dengan tahap perancangan konten pemasaran dan copywriting. Hasil rancangan konten yang telah dibuat di content planning kemudian akan direalisasikan dengan membuat content design yaitu design dari konten berupa foto atau video yang menarik dan penyampaianya mudah dipahami oleh masyarakat luas. Konten foto yang dibuat harus menyiratkan pesan penting yang sudah dirancang di content planning agar *brand awareness* dapat terbentuk. Setelah pembuatan design konten, penulis juga membuat *copywriting* yaitu membuat caption yang berisi seluruh informasi lengkap terkait pesan di dalam konten foto. Copywriting juga harus dibuat dengan rancangan kata-kata yang menarik dan mudah dipahami supaya masyarakat dapat memahami pesan yang disampaikan oleh brand. Konten yang telah dirancang tersebut kemudian akan diunggah di media sosial Instagram. Lalu setelah konten diunggah akan ada evaluasi konten sebagai tahap akhir. Evaluasi dilihat dari performa konten seperti berapa banyak interaksi yang didapat dari masyarakat seperti berapa banyak pengguna yang sudah melihat, melakukan like, comment, follow atau save konten, dan berapa banyak peningkatan jumlah download aplikasi Ngecass setelah konten terposting.

Berikut lampiran uraian pekerjaan yang penulis lakukan sebagai *Chief Marketing Officer* dalam bentuk tabel:

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang  
Sumber : Data Penulis (2024)

Pekerjaan	Uraian
Content Planning	Mencari referensi konten yang dapat meningkatkan brand awareness untuk perusahaan dan merancang konsep konten tersebut disesuaikan dengan character dari perusahaan.
Content Design	Melakukan design dan kreasi konten sesuai dari konsep yang telah dirancang.
Content Posting	Memposting konten dengan copywriting yang menarik di platform online secara rutin.

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

Dalam melakukan tugas kerja magang sebagai tim pemasaran dari Ngecass, penulis bertanggung jawab penuh dalam melakukan :

#### 1. Content Planning

Praktik kerja magang menjadi *Chief Marketing Officer* di dalam tim, penulis bertanggung jawab di bidang marketing. Kegiatan marketing bertujuan untuk mencapai pertumbuhan bisnis dengan cara memperkenalkan, mempromosikan, dan menjual produk atau layanan kepada pelanggan. Maka dari itu, penulis harus merencanakan pembuatan konten yang menarik supaya brand Ngecass dapat dikenal masyarakat melalui platform media sosial yaitu Instagram yang dimulai dengan melakukan content planning.

Content planning dimulai dengan mencari referensi konten-konten yang menarik. Referensi konten dapat dicari dari berbagai sumber terutama konten yang sedang viral dan diminati oleh masyarakat di

platform media sosial Instagram. Konten yang viral dapat mengundang banyak pengguna untuk datang ke akun kita sehingga dapat meningkatkan brand awareness untuk perusahaan. Referensi konten tersebut kemudian dikembangkan untuk merancang konsep konten yang akan diunggah di media sosial brand Ngecass dan harus disesuaikan dengan character dari perusahaan.

Dalam perancangan konten umumnya ada 3 tipe konten yang harus dimiliki dan diperhatikan oleh tim marketing yaitu konten edukatif, konten interaktif dan konten promosi. Konten edukatif berarti konten yang berisi tentang informasi atau pengetahuan tentang produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam brand Ngecass berarti informasi seputar fitur yang ada di aplikasi, manfaat penggunaan aplikasi hingga bagaimana cara memakai aplikasi Ngecass. Informasi lain terkait hal yang relevan dengan layanan Ngecass juga dapat ditambahkan seperti manfaat penggunaan kendaraan listrik, dll.

Konten interaktif merupakan konten yang dapat membangun hubungan baik dengan pelanggan dengan cara memberikan hiburan. Hiburan tersebut dapat berupa *giveaway*, *quiz*, *games*, dll. Hal ini bertujuan agar brand dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan pelanggan merasa senang dengan pelayanan kami.

Konten promosi merupakan konten yang berfokus kepada target audience supaya mendownload layanan aplikasi Ngecass. Konten ini lebih berfokus untuk menampilkan segala keunggulan yang ditawarkan oleh aplikasi Ngecass agar banyak pengguna yang tertarik untuk mendownload dan menggunakan aplikasi Ngecass.

Setelah membuat berbagai rancangan konten, penulis membuat jadwal konten yang akan diunggah di media sosial yaitu Instagram. Jadwal konten disesuaikan mulai dari hari dan jam uploadnya agar dapat rutin dilakukan. Rutin melakukan upload ke media sosial dapat meningkatkan

insight dari sebuah akun supaya semakin banyak dikunjungi oleh pengguna lainnya.

Di dalam jadwal konten, penulis juga membuat copywriting yaitu isi caption di setiap konten yang akan diunggah. Caption tersebut dibuat berdasarkan rancangan konten seperti apabila tipe kontennya adalah konten edukatif maka pesan informasi atau pengetahuan yang ada di dalam konten akan ditulis lebih lengkap di caption dengan bahasa yang lebih menarik dan mudah dipahami supaya pesan di dalam konten dapat tersampaikan dengan baik kepada pengguna media sosial.

	A	B	C	D	E	F	G
	DATE	TIME	TYPE	TITLE	CAPTION		
1	Tuesday (9/4/24)	12.00	promosi	Manfaat aplikasi Ngecass?	<p>Kenapa sih kalian harus memakai aplikasi Ngecass? Nih mimin kasih tahu yaaa apa sih manfaat yang bisa kalian dapat dari menggunakan aplikasi Ngecass:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Temukan Stasiun Pengisian Daya: Kalian dapat menemukan stasiun pengisian daya listrik terdekat dengan mudah berdasarkan lokasi kalian atau rencana perjalanan.</li> <li>2. Informasi Detail Stasiun: Kalian akan mendapat informasi detail tentang setiap stasiun pengisian daya, termasuk jenis konektor yang tersedia, tarif pengisian daya, jadwal operasi, dan ulasan dari pengguna lain.</li> <li>3. Perencanaan Perjalanan: Kalian bisa merencanakan perjalanan dengan memasukkan awal dan tujuan perjalanan. Ngecass akan menampilkan rute yang optimal dengan stasiun pengisian daya di sepanjang jalan, membantu kalian menghindari kehabisan daya.</li> <li>4. Pemantauan Status Pengisian: Beberapa stasiun pengisian daya yang terdaftar di Ngecass menyediakan pemantauan status pengisian daya real-time. Kalian dapat melihat kapan stasiun pengisian daya tersedia atau sedang digunakan.</li> <li>5. Konektivitas Sosial: Kalian dapat berbagi pengalaman kalian dengan stasiun pengisian daya dan mengirim ulasan serta foto di aplikasi Ngecass. Ini membantu komunitas pengguna kendaraan listrik untuk berkolaborasi dan memberikan umpan balik.</li> <li>6. Pembayaran: Beberapa stasiun pengisian daya yang terdaftar di Ngecass memungkinkan kalian untuk membayar langsung melalui aplikasi sehingga memudahkan proses pengisian daya.</li> <li>7. Integrasi dengan Kendaraan Listrik: Beberapa model mobil listrik tertentu dapat terhubung langsung dengan aplikasi Ngecass, memungkinkan kalian untuk memantau dan mengontrol pengisian daya melalui perangkat seluler.</li> </ol> <p>Ngecass juga akan memberikan notifikasi atau pemberitahuan tentang status stasiun pengisian daya yang mereka minati, seperti ketika stasiun tersedia atau terdapat gangguan. Jadi tunggu apalagi bagi pengguna kendaraan listrik ayo download aplikasi Ngecass sekarang!!!</p>		
2							
3	Friday (12/4/24)	18.00	edukatif	Berapa banyak pengguna kendaraan listrik di Indonesia?	<p>Tahukah kalian?? Jumlah pengguna kendaraan listrik di Indonesia telah mencapai 108.000 unit Dilansir dari <a href="https://www.tribunnews.com">https://www.tribunnews.com</a> jumlah kendaraan listrik hingga akhir 2023 sudah mencapai lebih dari 108.000 unit dan terus bertambah hingga hari ini. PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) atau PLN mencatat hingga awal 2024 telah membangun 1.124 unit Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU), 1.939 unit Stasiun Penarikan Baterai Kendaraan Listrik Umum (SPBKL) dan 9.558 Stasiun Pengisian Listrik Umum (SPLU) yang tersebar di seluruh Indonesia. Maka dari itu, jangan takut untuk memulai pemakaian kendaraan listrik karena kami menyediakan aplikasi yang akan membantu anda menemukan SPKLU terdekat.</p>		

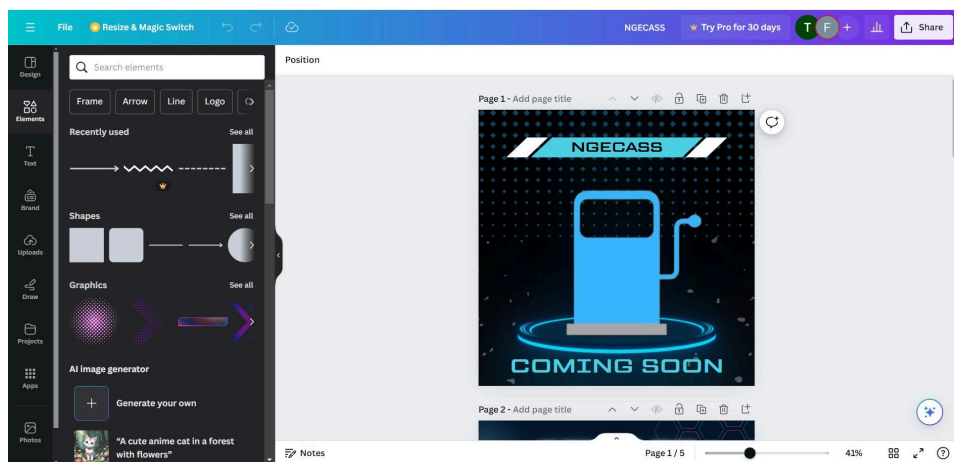
Gambar 3.9 Jadwal konten

Sumber : Data Penulis (2024)

## 2. Content Design

Konten yang telah dirancang melalui tahap Content Planning kemudian akan didesain dengan visual yang indah dengan gambar, grafik ataupun elemen-elemen yang menarik dan relevan dengan pesan yang ingin disampaikan, dan sesuai dengan brand character Ngecass supaya menarik untuk dilihat masyarakat. Selain itu, desain konten juga harus

memperhatikan judul yang disertakan di dalam gambar konten supaya singkat, padat, menarik dan mudah dipahami. Teks konten juga harus memperhatikan font agar mudah dibaca. Desain konten juga harus memperhatikan penggunaan warna, kombinasi warna tersebut harus menyatu dengan brand character dan sesuai dengan emosi atau pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 3.10 Proses Design Konten

Sumber : Data Penulis (2024)

### 3. Content Posting

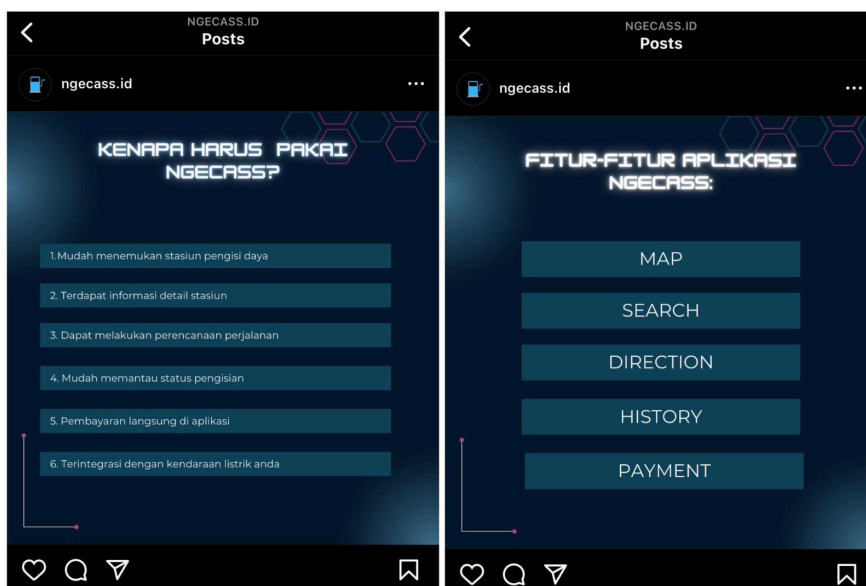
Setelah design konten selesai dibuat, maka saatnya konten tersebut diunggah ke media sosial sesuai jadwal hari, tanggal dan jam yang telah ditentukan. Waktu yang tepat saat mengunggah konten di media sosial menjadi faktor yang sangat penting karena disesuaikan dengan waktu keaktifan audiens di media sosial sehingga berpotensi untuk menjangkau lebih banyak target audiens untuk berinteraksi.





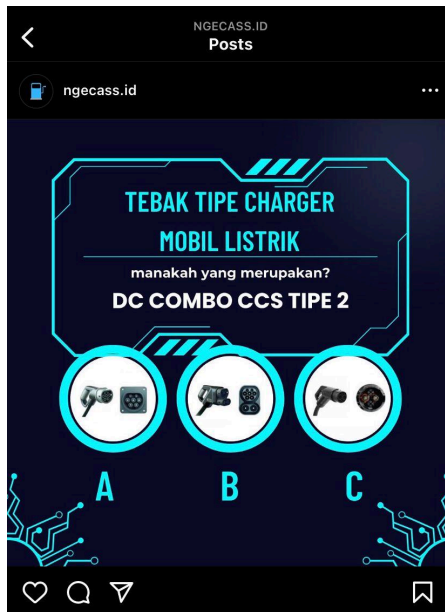
Gambar 3.11 Konten edukatif

Sumber : Data Penulis (2024)



Gambar 3.12 Konten promosi

Sumber : Data Penulis (2024)



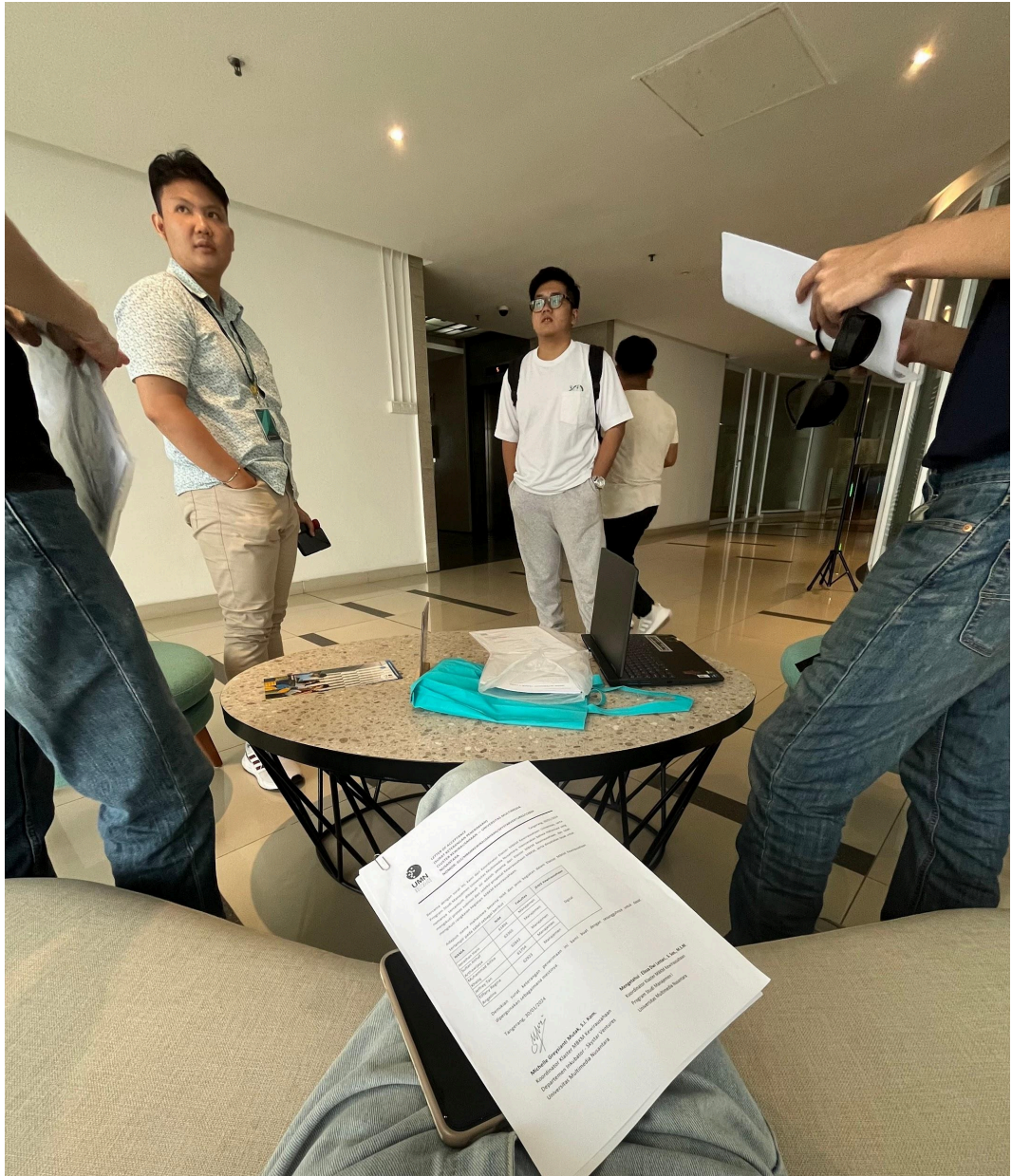
Gambar 3.13 Konten interaktif

Sumber : Data Penulis (2024)



Gambar 3.14 Melakukan market survey dengan team marketing

Sumber : Data Penulis (2024)



Gambar 3.15 Bimbingan terakhir dengan supervisor Skystar Ventures

Sumber : Data Penulis (2024)

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam melaksanakan praktik kerja magang pada Perusahaan Skystar Ventures sebagai Chief Marketing Officer di dalam tim Ngecass, penulis menemukan beberapa kendala sebagai berikut:

1. Kesulitan menemukan ide konten di Instagram yang tepat sesuai dengan trend dan ciri khas *brand* Ngecass supaya banyak *audience* yang tertarik.
2. Kesulitan dalam membuat konten trending secara rutin dengan insight yang didapat dari para *audience* harus tetap stabil.

### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang penulis temukan selama praktik kerja magang pada Perusahaan Skystar Ventures sebagai Chief Marketing Officer di dalam tim Ngecass, penulis menemukan solusi untuk kendala tersebut sebagai berikut:

1. Dalam menentukan dan membuat sebuah ide konten yang menarik, penulis berusaha untuk mencari dan mengumpulkan berbagai referensi konten yang sedang menjadi tren dan viral di kalangan pengguna media sosial instagram. Referensi konten tersebut kemudian dipilih dan dikembangkan sesuai dengan ciri khas brand Ngecass. Penulis melakukan tugas ini dengan berdiskusi dan brainstorming bersama rekan tim marketing supaya lebih mudah untuk menemukan ide konten yang tepat.
2. Setiap membuat sebuah konten, tim pemasaran harus mengunggah konten sesuai jadwal rutin dimana waktu disesuaikan dengan target audiens yang lebih aktif menggunakan media sosial yaitu instagram di jam-jam tertentu setiap harinya. Waktu bisa ditentukan dari hasil *insight posting* konten sebelumnya yang sudah pernah diupload. Instagram akan memberikan hasil analisa waktu dimana para pengguna lebih aktif melihat dan berinteraksi dengan konten. Penyesuaian waktu dalam mengunggah konten dapat berpotensi menjangkau lebih banyak target audiens untuk melihat konten dan mengunjungi profil kita sehingga menciptakan *brand*

*awareness*. Penulis dan tim pemasaran harus sering melihat *insight post* dari Instagram dan melakukan analisa waktu dimana target audiens lebih sering berinteraksi di media sosial dan juga tipe konten mana yang lebih digemari oleh para pengguna media sosial supaya dapat melakukan perkembangan akun untuk brand Ngecass.