

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

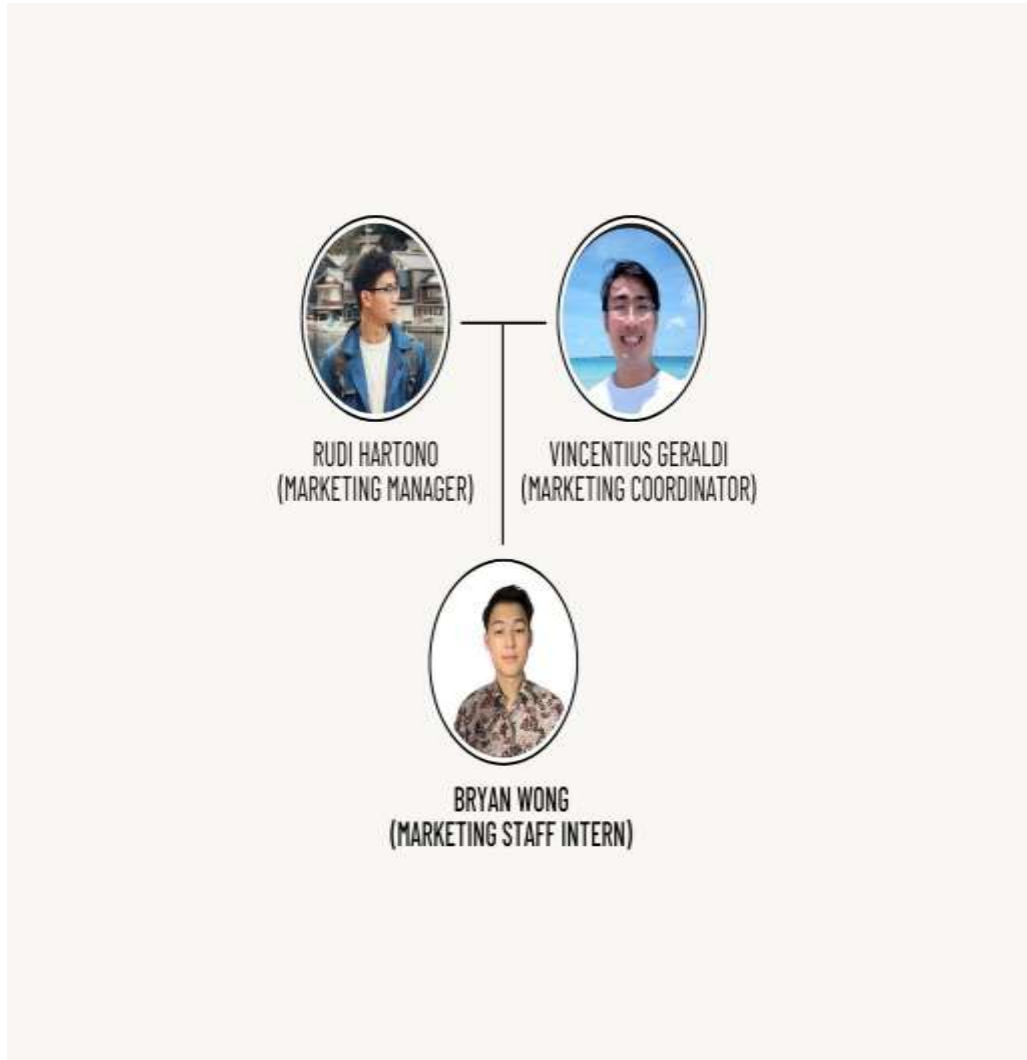
#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada bagian ini, akan dijelaskan secara mendetail mengenai posisi dan koordinasi laporan magang yang berjudul "Peningkatan Marketing Exposure dan Brand Awareness Fantech World di CV Golden Technology Indo". Penulis laporan ini bertindak sebagai *Marketing Staff* selama magangnya di Fantech Indonesia.

Berdasarkan struktur organisasi dari perusahaan Fantech Indonesia, saya ditempatkan di departemen *Marketing and Creative* dan berposisi sebagai *Marketing Staff* yang lebih berfokus ke Fantech World. Saya memiliki tugas yang beragam-ragam atau tugas yang hampir mencakup segala posisi atau spesialisasi yang ada di departemen Marketing and Creative, seperti membuat ide-ide konten dan membuat caption konten. Selain itu, saya memiliki tugas utama sebagai pengelola akun sosial media utama Fantech World yang merupakan akun utama Fantech yang global atau yang mencakup keseluruhan (dunia). Di Fantech World, saya dikoordinasikan oleh 2 orang, yaitu Vincentius Geraldi sebagai *Marketing Coordinator* dari Fantech World dan juga Ko Rudi sebagai manager Fantech World. Saya juga terkadang harus berkoordinasi dengan Director of Communications di kantor pusat Fantech World di *Guangzhou, China*, yaitu Josh. Vincentius mengarahkan dan memantau saya secara langsung untuk tugas utama saya. Vincentius juga selalu meminta saya untuk selalu berkoordinasi dengan Josh terkait tugas utama saya. Dikarenakan Josh berada di kantor pusat Fantech World, *Guangzhou*, saya harus menggunakan aplikasi WeChat untuk berkomunikasi dengan Josh. Saya juga dipercaya untuk menghandle bagian Key Opinion Leader (KOL) asal luar negeri. Dimana tugas dari seorang KOL Specialist, adalah mencari serta menganalisa KOL yang berpotensi cocok untuk dijadikan kerjasama berupa

kolaborasi dengan brand Fantech sesuai dengan produk dan spesialisasi bidang KOL nya. Saya juga ditugaskan untuk menjadi *Talent photoshoot* dan juga *Talent video product*. Program magang di Fantech World memberikan kontribusi signifikan bagi perusahaan. Magang menyediakan tenaga kerja tambahan yang membantu dalam berbagai proyek, seperti pengembangan konten, analisis pasar, dan kampanye pemasaran. Magang juga membawa perspektif baru dan ide-ide segar yang dapat membantu perusahaan dalam berinovasi dan menghadapi tantangan bisnis. Selain itu, program magang membantu membangun pipeline bakat untuk masa depan, memungkinkan Fantech untuk melatih dan mengidentifikasi calon karyawan potensial yang dapat dipekerjakan secara penuh waktu setelah menyelesaikan program magang mereka. Secara keseluruhan, program magang tidak hanya mendukung operasi sehari-hari perusahaan, tetapi juga memainkan peran penting dalam strategi jangka panjang perusahaan untuk pertumbuhan dan keberlanjutan dalam industri perangkat keras gaming yang dinamis. Salah satu tantangan utama yang saya hadapi selama magang adalah mengelola akun media sosial Fantech World, terutama akun Instagram yang belum mencapai target dan kurang dalam aspek world-wide. Tim pemasaran Fantech World memiliki prioritas lain, sehingga pengelolaan akun ini sering terabaikan. Hasil insight yang rendah dan konten yang kurang menarik dibandingkan dengan akun Instagram Fantech ID menjadi masalah yang harus diatasi. Selain itu, saya juga diberi tanggung jawab untuk mengelola dan mengembangkan akun sosial media lainnya seperti TikTok, Facebook Page, dan YouTube dari Fantech.

### 3.1.1 Struktur Pelaporan Magang



Gambar 3.1 Struktur Pelaporan Magang

Sumber: Data Pribadi Penulis, 2024

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Tabel Uraian Kerja Magang

| <b>Pekerjaan</b>               | <b>Frekuensi</b> | <b>Tujuan</b>                                                                                                                                                                                                             | <b>Output</b>                                                                                                                                                                                                        | <b>Pelaporan</b> |
|--------------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <i>Social Media Specialist</i> | Senin – Sabtu    | Meningkatkan <i>marketing exposure</i> dan <i>brand awareness</i> Fantech World melalui strategi konten yang kreatif dan interaksi aktif dengan pengikut di berbagai platform media sosial (IG, Twitter, TikTok, Youtube) | Penulis berhasil meningkatkan keterampilan dalam strategi konten dan analisis kinerja media sosial. Pengalaman ini juga memperluas pemahaman tentang industri teknologi dan pemasaran digital                        | Supervisor       |
| <i>KOL Specialist</i>          | Senin - Sabtu    | Meningkatkan kehadiran online merek Fantech melalui kolaborasi dengan para Key Opinion Leaders (KOL) untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas merek di kalangan target audiens.                           | Penulis berhasil memperluas jaringan profesional dengan KOL terkemuka, meningkatkan keterampilan dalam strategi pemasaran berbasis influencer, dan mendapatkan pengalaman berharga dalam industri pemasaran digital. | Supervisor       |

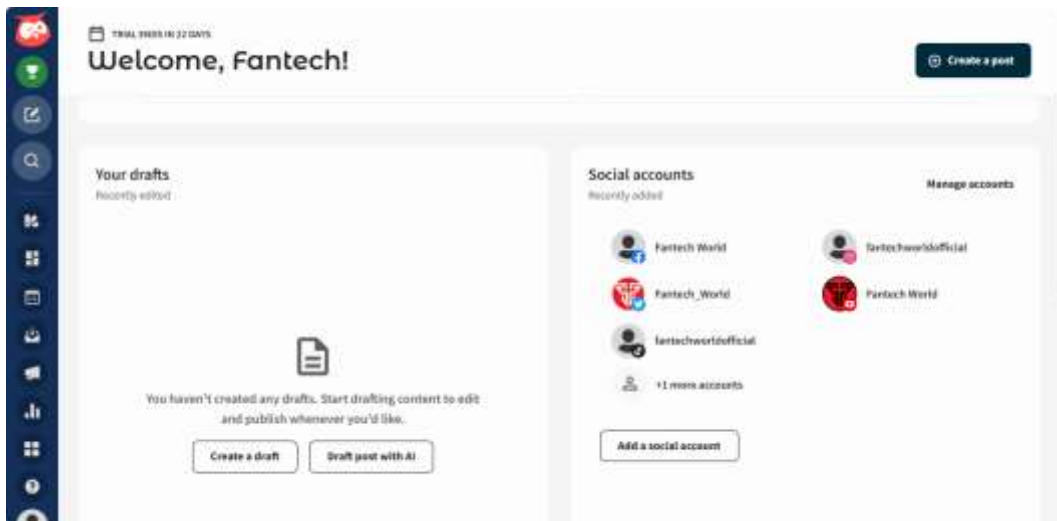
|                                   |                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                              |                |
|-----------------------------------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <i>Talent</i>                     | Senin<br>-<br>Sabtu | Menghasilkan konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi untuk memperkuat citra merek Fantech World, meningkatkan daya tarik produk di platform media sosial dan situs web perusahaan dan meningkatkan daya tarik di mata konsumen.                                                                                                                | Menghasilkan konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi untuk brand Fantech, memperluas keterampilan dalam fotografi dan produksi video serta meningkatkan kemampuan kolaborasi dalam tim kreatif.    | Super<br>visor |
| <i>Email Marketing Specialist</i> | Senin<br>-<br>Sabtu | Meningkatkan keterlibatan pelanggan dan konversi melalui <i>email marketing campaign</i> yang efektif dan mengoptimalkan strategi <i>email marketing</i> berdasarkan analisis data yang mendalam untuk mencapai hasil yang lebih baik.                                                                                                                   | Penulis berhasil meningkatkan keterampilan mengenai bagaimana erencanakan, membuat, dan mengelola kampanye pemasaran email yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan menghasilkan konversi. | Super<br>visor |
| <i>Product Training</i>           | Kamis<br>-<br>Sabtu | Memastikan distributor luar negeri memahami produk Fantech secara mendalam dengan memberikan informasi terperinci tentang fitur dan keunggulan produk untuk meningkatkan pengetahuan mereka, mengoptimalkan penjualan, menjaga konsistensi brand, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelatihan ini juga mengurangi kesalahan penggunaan dan memperkuat | Penulis berhasil meningkatkan keterampilan terutama dalam hal berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris dan dengan orang luar Negeri, serta penulis mendapatkan manfaat mengenai                              | Super<br>visor |

|  |  |                                                             |                                      |  |
|--|--|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--|
|  |  | hubungan dengan distributor untuk kerjasama jangka panjang. | bagaimana product training berjalan. |  |
|--|--|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--|

Tabel 3.1 Tabel Uraian Kerja Magang

### 3.2.1 Social Media Specialist

Tugas ini merupakan tugas utama yang saya lakukan di Fantech Indonesia. Untuk tugas ini, saya diberikan tanggung jawab seorang diri untuk mengelola akun sosial media Fantech World yang berupa Instagram (@fantechworldofficial), Twitter (@fantech\_world), TikTok (@fantechworldofficial), Facebook (@fantechworld), Youtube (@fantechworld). Sebagai sosial media spesialis di Fantech World, saya membuat *schedule* serta *content plan* mengenai apa yang harus di *upload* semenarik mungkin. Konten atau aset-aset nya dapat diambil dari visual database perusahaan. Aset dapat berupa *beauty shot image*, *unboxing video*, *video endorse*, *website banner*, *key visual image*. Setelah itu saya juga yang akan mengupload postingan sesuai dengan *schedule* yang telah saya buat di seluruh social media diatas. Penulis menggunakan platform manajemen media sosial berupa Hootsuite. Hootsuite adalah platform manajemen media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengelola berbagai akun media sosial dalam satu dashboard. Ini memungkinkan pengguna untuk menjadwalkan post, memantau aktivitas, dan menganalisis kinerja konten di berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube dan TikTok. Sebagai *social media specialist* Fantech World, untuk setiap postingan dijadwalkan dan ditujukan serentak dengan sosial media lainnya (seluruh), baik dalam bentuk *post* maupun berupa video *reels*.



Gambar 3.2 Hootsuite Social Media Fantech World

Sumber: Data Pribadi Team, 2024

| DATE         | POST                                                                                                                              | ENGAGEMENT RATE | LIKES | REACH |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------|-------|
| May 05, 2024 | Asia 2024 One Piece Edition, where the spirit of Luffy, the determination of Zoro, and the resolve of Sanji unite! 🏴‍☠️ Get it... | 12.26%          | 23    | 124   |
| May 03, 2024 | 🔥 Hellcat X Pro of the Air Atlantic? Both are powerhouses in their own right, but which one suits your style? → Link...           | 5.24%           | 19    | 100   |
| May 02, 2024 | Unlock the full potential of your audio experience with the Fantech Studio Pro Wireless Headset! Designed to immerse...           | 8.03%           | 13    | 173   |
| May 01, 2024 | Unparalleled precision and control, now enhanced with our latest Firmware update! → Link in bio. #Fantech...                      | 7.09%           | 9     | 130   |
| May 01, 2024 | Experience split second response times with Hellcat Pro's 11C-Gold Optical Switches. Elevate your gaming...                       | 1.96%           | 6     | 129   |

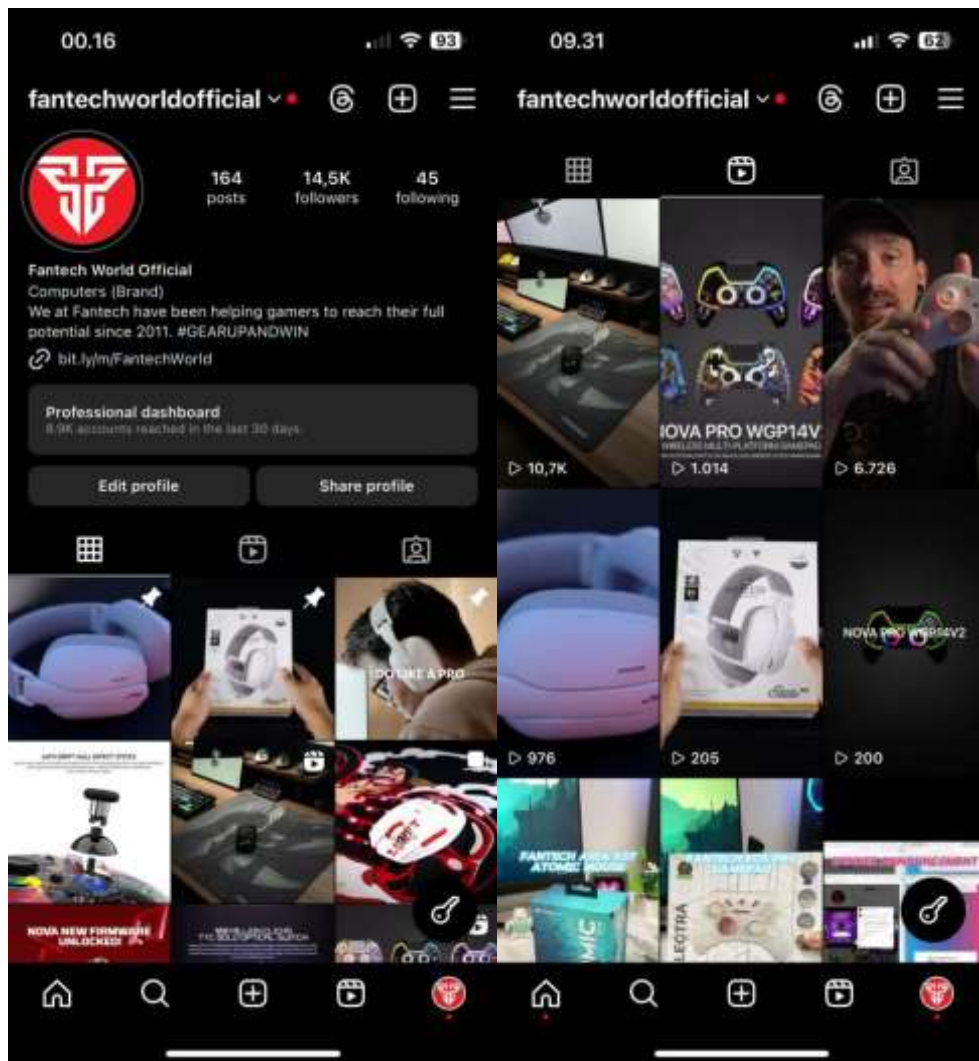
Gambar 3.3 Hootsuite Social Media Fantech World

Sumber: Data Pribadi Team, 2024

### 1. Instagram

Instagram menjadi platform utama Fantech World dalam ranah marketing sosial media nya. Untuk Instagram, yang dikerjakan adalah melakukan postingan sesuai content planner yang telah dijadwalkan dan direncanakan, berupa konten dari

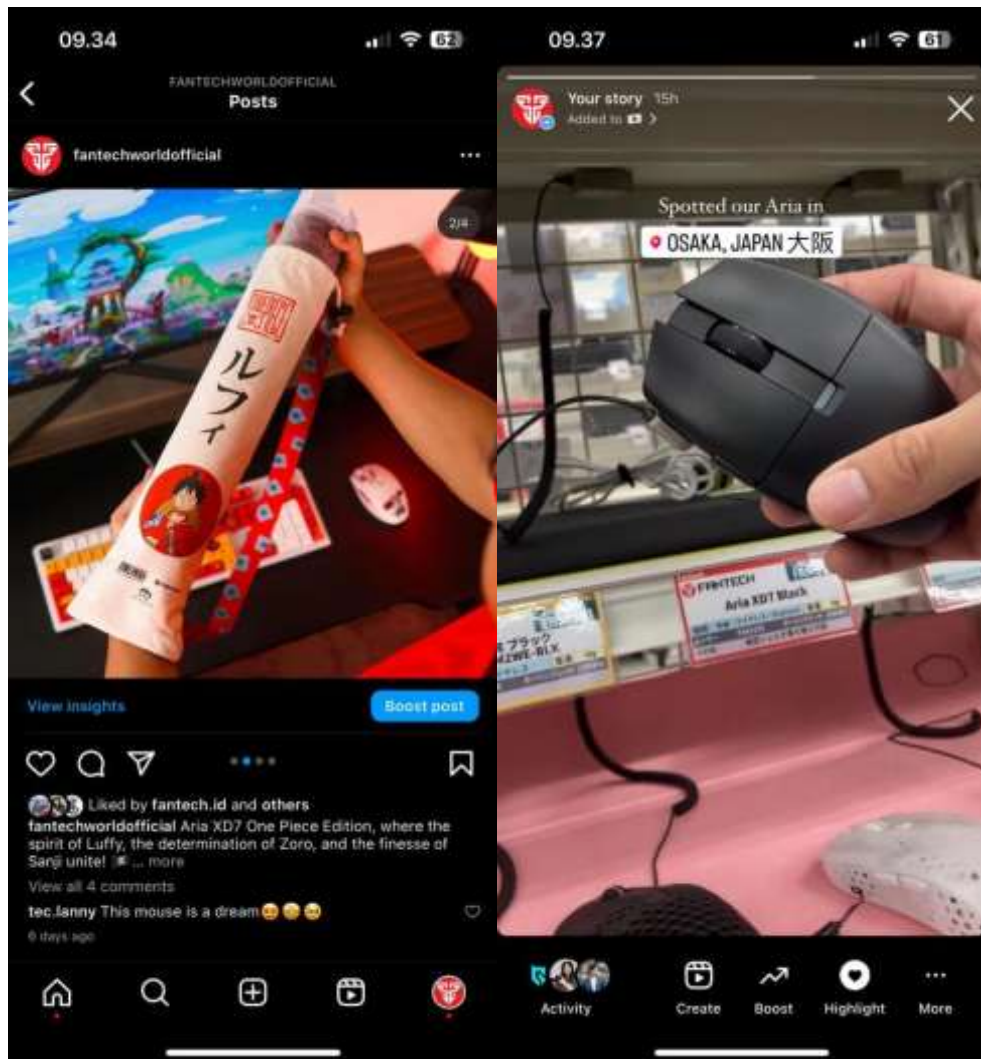
aset-aset seperti foto, video reels dan *instagram story*. Instagram dengan nama @fantechworldofficial , konten dapat berupa product launch, product teaser, product sustain, giveaway announcement, collaboration post dengan distributor (ex: @fantechnepal, @fantech\_chile,dll).



Gambar 3.4 Instagram Fantech World

Sumber: Instagram @fantechworldofficial , 2024



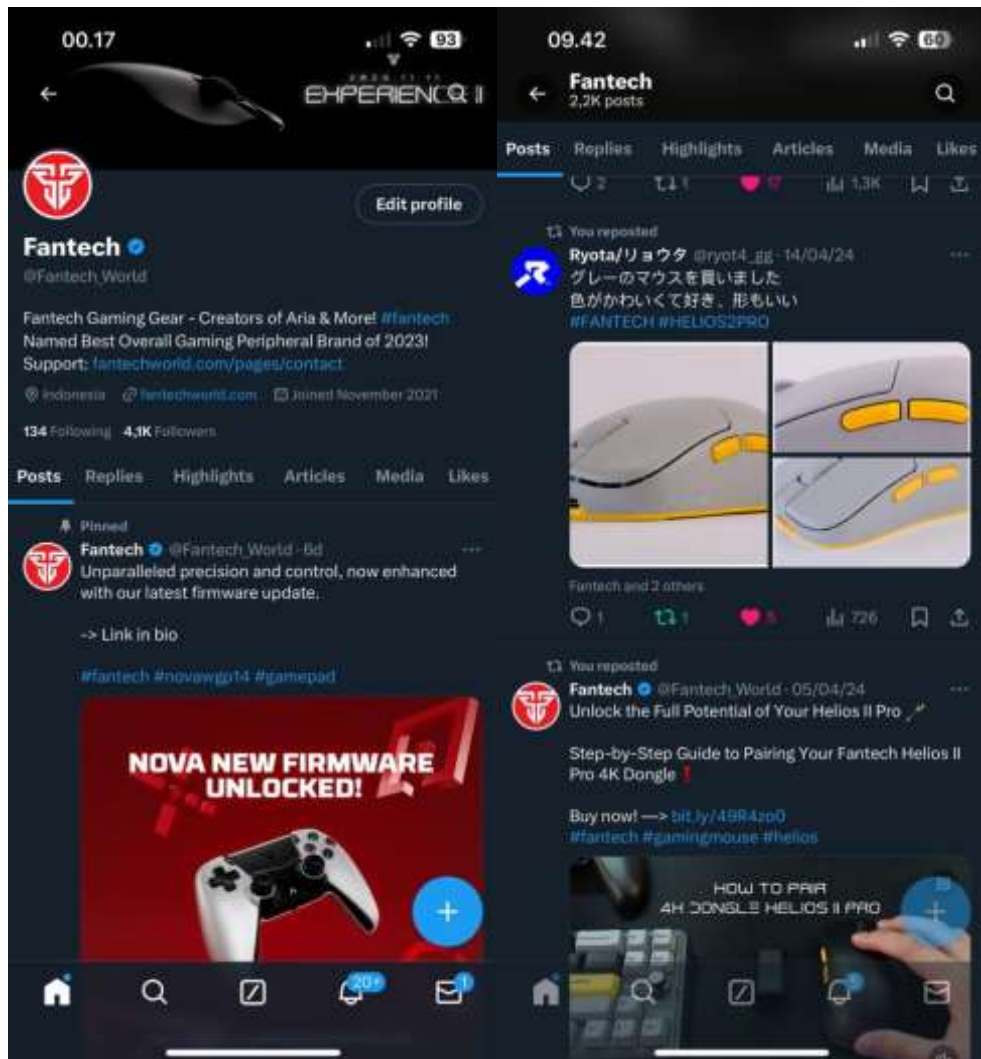


Gambar 3.5 Instagram Fantech World

Sumber: Instagram @fantechworldofficial , 2024

## 2. Twitter

Twitter menjadi salah satu akun sosial media yang sudah mendapatkan centang biru (*verified*). Untuk Twitter, yang dikerjakan dapat berupa tweet dari aset-aset seperti foto dan video, atau juga dapat berupa retweet dari postingan customer yang memposting produk kita. Akun Twitter dari Fantech bernama : @Fantech\_World.



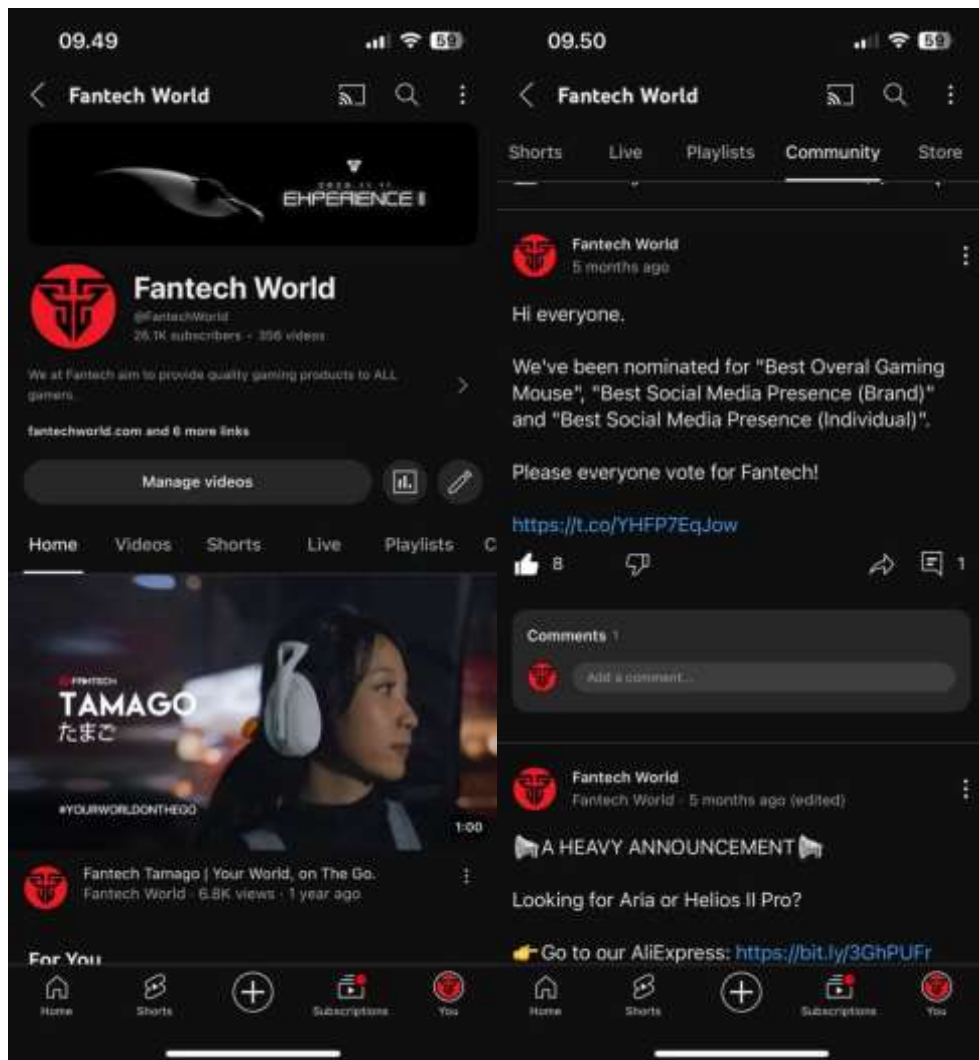
Gambar 3.6 Twitter Fantech World

Sumber: Twitter @Fantech\_World , 2024

### 3. Youtube

Youtube juga memiliki insight yang cukup tinggi dalam ranah marketing sosial media dari Fantech World, dengan jumlah 26.1K Subscriber. Sosial media Youtube @FantechWorld, yang dikerjakan berupa postingan sesuai dengan content planning yang telah direncanakan dan dijadwalkan, isinya dapat berupa video, video *reels*, dan juga dapat berupa postingan dalam Youtube Community. Dimana dengan

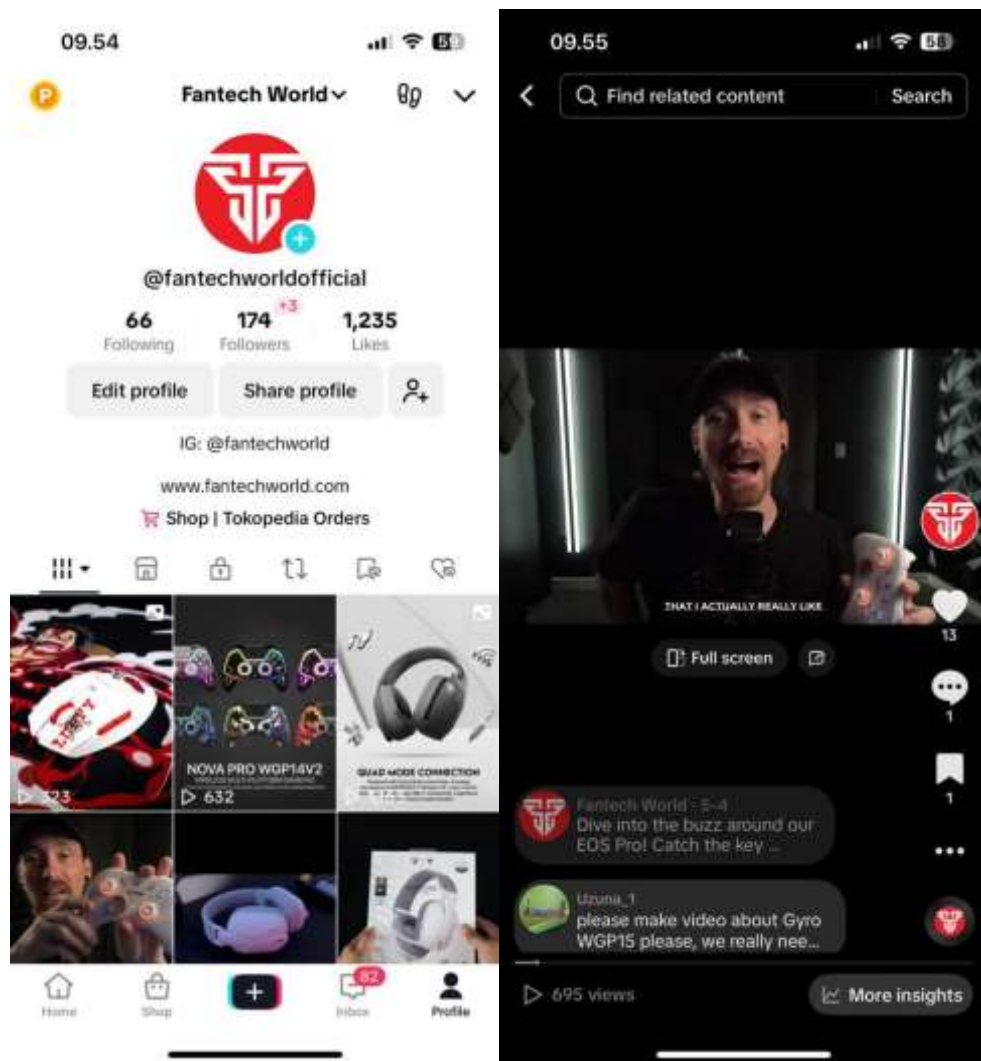
Youtube *community* ini dapat berupa tempat untuk berdiskusi dengan para viewers atau pengguna produk Fantech mengenai kekurangan, kritik atau saran.



Gambar 3.7 Youtube Fantech World  
Sumber: Youtube @FantechWorld , 2024

#### 4. TikTok

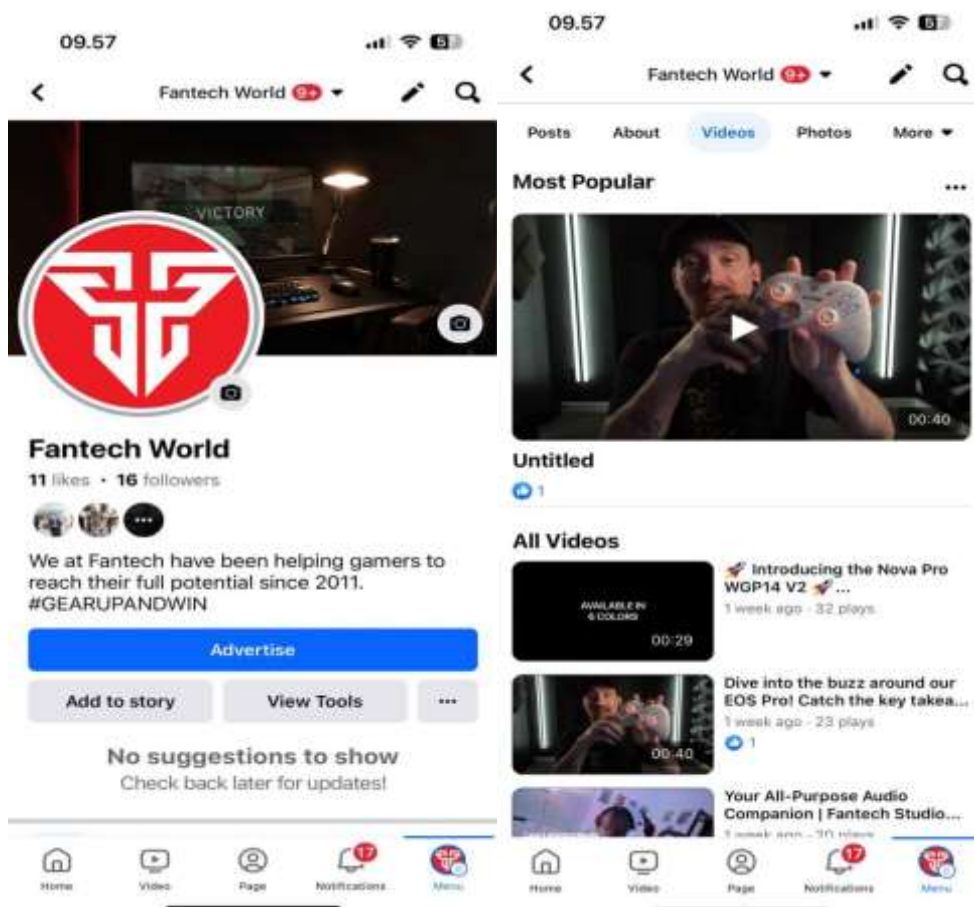
Untuk akun TikTok Fantech World dengan usernam @fantechworldofficial, masih tergolong kecil dalam segi insight untuk saat ini. Yang dikerjakan adalah melakukan/membuat ide konten untuk TikTok yang berupa video mengenai *unboxing product*, foto produk, *product launch video*, serta campaign lainnya.



Gambar 3.8 Youtube Fantech World  
Sumber: Youtube @FantechWorld , 2024

## 5. Facebook

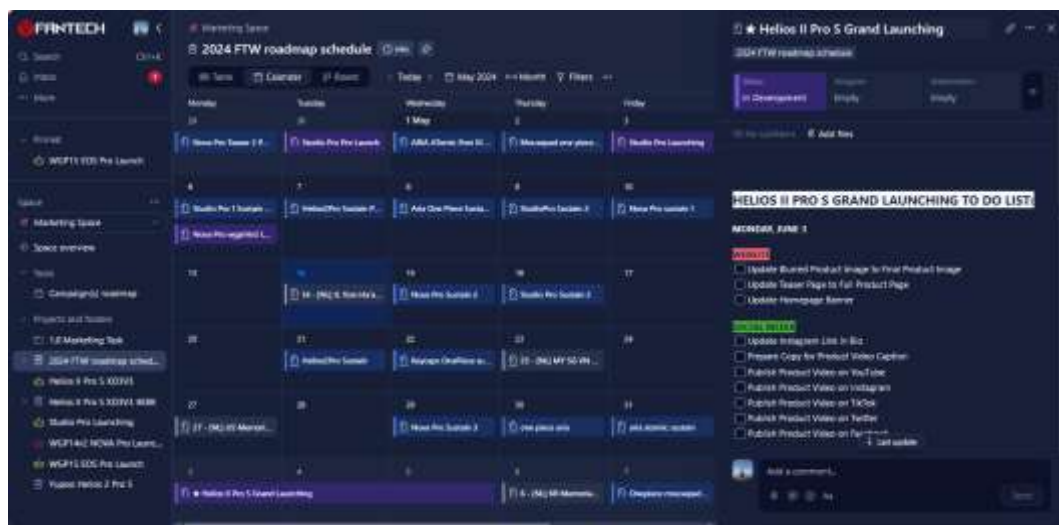
Facebook merupakan ranah sosial media yang saat ini menjadi insight terendah untuk *social media marketing* dari Fantech World. Dikarenakan akun Facebook yang lama yang terkena *suspend* dari pihak *Meta* nya. Maka, Facebook ini merupakan akun baru dari Fantech World dengan nama Fantech World. Yang dikerjakan untuk Facebook, adalah membuat konten sesuai dengan content planner yang telah ditentukan dan direncanakan.



Gambar 3.9 Facebook Fantech World

Sumber: Facebook Fantech World , 2024

Sebagai *social media specialist* untuk Fantech World, tergolong cukup seru dan sedikit menantang. Hal ini dikarenakan engagement yang harus dicakup bersifat mendunia atau *worldwide*. Terlebih lagi, sedang ada masa transisi untuk beberapa sosial media yang masih tergolong baru, maka dari itu jobdesk nya cukup menantang, dimana postingan harus menarik agar dapat menjangkau audiens. Untuk penjadwalan post, *social media specialist* dari Fantech World menggunakan sebuah *tools* atau *software project management* berbasis cloud yang bernama Wrike. Platform ataupun software ini sangat membantu di bidang *Marketing and Creative*. Wrike sangat berguna dalam, penjadwalan deadline, *project planning*, *task scheduling*, yang dimana dapat dilihat langsung melalui *dashboard* dan *custom view*. Untuk penjadwalan postingan sosial media, bisa dilihat setiap harinya serta jadwal untuk kedepannya melalui *roadmap* yang telah dijadwalkan dan ditentukan project apa yang harus di post, Manager Marketing lah yang mengatur dan merencanakan hal tersebut.



Gambar 3.10 Wrike Fantech World

Sumber: Data Pribadi Team, 2024

### 3.2.2 KOL (Key Opinion Leader) Specialist

Sebagai seorang KOL *Specialist* untuk Fantech World, jobdesk saya adalah sebagai yang bertanggung jawab untuk mencari, mengidentifikasi, dan merekrut individu atau influencer yang memiliki pengaruh signifikan dalam industri teknologi dan gaming. KOL yang dicari merupakan influencer dari luar negeri, yaitu yang berasal atau memiliki market berdasarkan *segmented market* yang telah ditentukan oleh Tim Marketing yaitu 14 negara luar negeri. 14 Negara tersebut adalah Amerika Serikat, Meksiko, Jepang, Korea, Singapore, Malaysia, Canada, Israel, Australia, Iraq, Chile, Colombia, Israel, New Zealand. 14 *Regional Segmented Market* ini dipilih berdasarkan penentuan di awal oleh CEO dan marketing team yang analisa nya ditentukan dari potensi market yang besar, dan juga dilihat dari sisi pengiriman (*delivery process*) yang tergolong terjangkau.

| Country       | Purchase | Country      | Purchase |
|---------------|----------|--------------|----------|
| United States | 3.12%    | New Zealand  | 3.23%    |
| Japan         | 7.25%    | Malaysia     | 2.33%    |
| Canada        | 7.54%    | Australia    | 1.23%    |
| Vietnam       | 0%       | Israel       | 4.35%    |
| Singapore     | 4.26%    | Chile        | 0%       |
| Mexico        | 0%       | Colombia     | 0%       |
| South Korea   | 3.85%    | South Africa | 0%       |

Gambar 3.11 Regional **Segmented** Market Fantech World

Sumber: Data Pribadi Team. 2024

Sebagai seorang KOL *Specialist*, saya membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan KOL, memastikan mereka tetap terlibat dan termotivasi untuk bekerja sama dengan Fantech World. Dalam menjalankan peran ini, saya merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang memanfaatkan KOL untuk meningkatkan brand awareness dan mencapai tujuan *marketing*

perusahaan. Pendekatan atau *approaching* dapat dilakukan dengan menggunakan email marketing dari Fantech World. Dalam mencari atau analisa calon KOL, dapat dilakukan dengan mencari nya melalui sosial media seperti Youtube, Instagram maupun TikTok.

Standar utama dari KOL Fantech World, adalah seorang KOL atau influencer yang tergolong *mid to high*. Berupa insight yang lumayan tinggi, followers serta views dan comment nya. Setelah menemukan calon KOL yang cocok, maka tahap awal pendekatan nya adalah dengan mencari dan mengirimkan penawaran kerja sama melalui email. Saya mengelola kampanye pemasaran yang melibatkan KOL, termasuk perencanaan konten, penjadwalan posting, dan koordinasi mengenai promosi khusus. Setiap kampanye yang dijalankan dianalisis secara mendalam untuk melacak metrik kinerja dan membuat laporan evaluasi, yang kemudian digunakan untuk memberikan rekomendasi perbaikan di masa mendatang.

Selain itu, saya menyusun dan menegosiasikan deal dengan KOL, memastikan kesepakatan yang saling menguntungkan dan sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan. Untuk kerjasama dengan KOL, Fantech World memiliki sebuah program afiliasi yang sangat menguntungkan untuk KOL. Program afiliasi tersebut berupa sebuah kode afiliasi yang menggunakan kode nama si KOL. Kode Coupon tersebut berguna untuk *free shipping* bagi pembeli yang menggunakan kode tersebut. Untuk setiap pembelian yang menggunakan kode afiliasi si KOL, maka KOL tersebut akan mendapatkan komisi sebesar 10% dari harga jual produk. Contoh jika satu produk terbeli menggunakan kode KOL tersebut dengan harga jual \$50, maka KOL tersebut mendapatkan komisi sebesar \$5 atau setara dengan 10% dari harga jual untuk setiap pembelian yang menggunakan kode afiliasi yang diberi dari KOL di hasil video. Saya juga memberikan informasi dan pelatihan kepada KOL tentang produk, layanan, jadwal *publish video* atau kampanye tertentu seperti penjelasan mengenai program afiliasi untuk memastikan mereka memiliki pengetahuan yang cukup untuk mempromosikannya dengan efektif. *Product*



*Training* yang dilakukan dapat berupa meeting via Zoom Online dengan calon KOL.

*- Recruited Key Opinion Leader*

1. SakuraAnne (Japan) : [https://youtu.be/\\_UFw7fbX-ns?si=4Bwgs5tMb-6gj82j](https://youtu.be/_UFw7fbX-ns?si=4Bwgs5tMb-6gj82j)

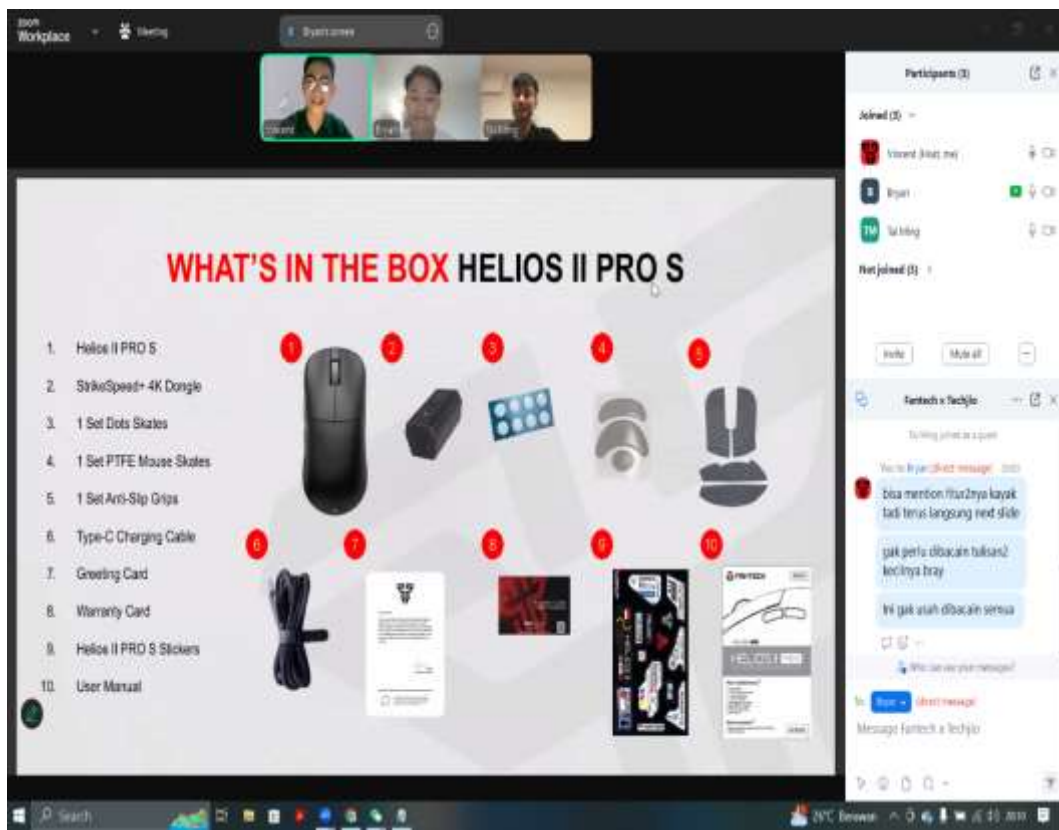
2. Gamepadla (Ukraine) : <https://gamepadla.com/fantech-eos-pro-wgp15.html>

3. Mandoo (Korea) :  
<https://youtu.be/TTBP17B11ls?si=HC6acp3qx7IGAIVL>

4. TecLanny (Brazil) :  
<https://www.instagram.com/reel/C7rE1FVOENy/?igsh=MXRjdXJpM240dXd4Nw==>

5. Estacaojil (Brazil) :  
<https://www.instagram.com/reel/C7rE1FVOENy/?igsh=MXRjdXJpM240dXd4Nw==>

6. YSF\_ART (Morroco) :  
<https://www.instagram.com/reel/C6RAMV2tOcJ/?igsh=d3Q3Y3NheHJtbmEx>  
<https://www.instagram.com/reel/C6RB3UgNkf7/?igsh=MThkODB6bjRqamU5YQ==>



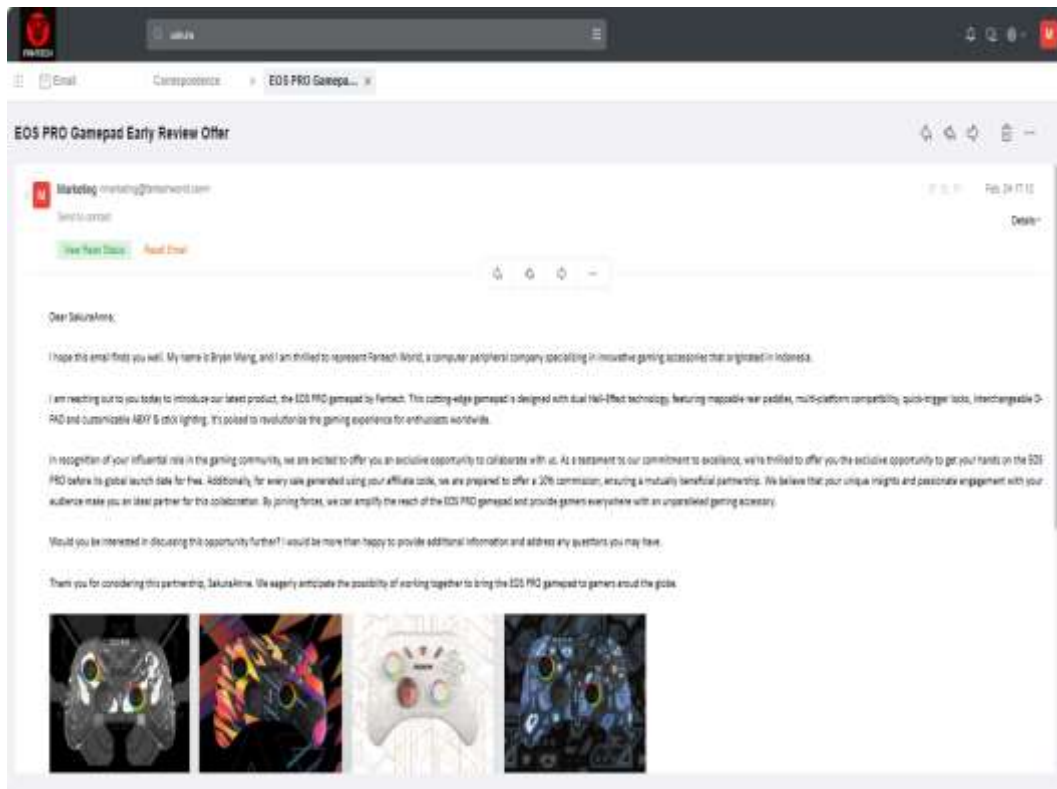
Gambar 3.12 Zoom Meeting dengan KOL Singapore (@techjio)

Sumber: Data Pribadi Team, 2024

| ID | Name                                                                                    | Platform | Status  | Notes      |                                                                                                   |                                                                                                                 |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15 | <a href="https://sakuraworld.jp/">https://sakuraworld.jp/</a>                           | Website  | Vincent | Listed     |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 16 | <a href="https://machiablog.com/contact/">https://machiablog.com/contact/</a>           | Website  | Vincent | Listed     |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 17 | <a href="https://sakibnri.co.id/artikel/94747">https://sakibnri.co.id/artikel/94747</a> | Website  | Vincent | Listed     |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 18 | <a href="https://game.watch.impress.co.jp/">https://game.watch.impress.co.jp/</a>       | Website  | Vincent | Listed     |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 19 | <a href="https://esports-world.jp/column/352">https://esports-world.jp/column/352</a>   | Website  | Vincent | Listed     |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 20 | <a href="https://my-best.com/5791/">https://my-best.com/5791/</a>                       | Website  | Vincent | Listed     |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 21 |                                                                                         |          |         |            |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 22 | @sakuraanne                                                                             | YouTube  | Bryan   | Delivered  | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=UjFe7bX-e">https://www.youtube.com/watch?v=UjFe7bX-e</a> |                                                                                                                 |
| 23 | @hasepon3                                                                               | YouTube  | Bryan   | Approached |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 24 | @yosukeSFch                                                                             | YouTube  | Bryan   | Approached | ini kayak M@ki                                                                                    |                                                                                                                 |
| 25 | @402                                                                                    | YouTube  | Bryan   | Listed     | ini cukup dia tunjukin main game street fighter                                                   |                                                                                                                 |
| 26 | @mono_collect                                                                           | YouTube  | Bryan   | Listed     | ini cukup feature EOS di konten dia harusnya cu                                                   |                                                                                                                 |
| 27 | @azochole                                                                               | YouTube  | Bryan   | Approached |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 28 | Intechreview                                                                            | YouTube  | Vincent | Approached |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 29 | @freejey                                                                                | YouTube  | Vincent | Approached |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 30 | BlackappleTV                                                                            | YouTube  | Vincent | Approached |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 31 | AdamsGame                                                                               | YouTube  | Vincent | Delivered  | Mau semua wama tapi kita cuma kasih 1, nunggu                                                     |                                                                                                                 |
| 32 | Curuberi                                                                                | YouTube  | Bryan   | Approached |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 33 | Ho Young Won                                                                            | YouTube  | Bryan   | Approached |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 34 | @mandooya12                                                                             | YouTube  | Bryan   | Delivered  | Published                                                                                         | Still working on the video                                                                                      |
| 35 | Techijo                                                                                 | Website  | Vincent | Delivered  | Published                                                                                         | <a href="https://techijoblog.com/2024/03/23/review-fantec">https://techijoblog.com/2024/03/23/review-fantec</a> |
| 36 | nas@makstech.com                                                                        | Website  | Vincent | Approached | Authority sorenya lumayan (24). Sama kayak te                                                     |                                                                                                                 |
| 37 | Kel's Retro Gaming                                                                      | YouTube  | Vincent | No Deal    | Not accepting review at the moment.                                                               |                                                                                                                 |
| 38 | techtwar.g                                                                              | Website  | Vincent | Approached |                                                                                                   |                                                                                                                 |
| 39 | lueppones                                                                               | YouTube  | Bryan   | Approached |                                                                                                   |                                                                                                                 |

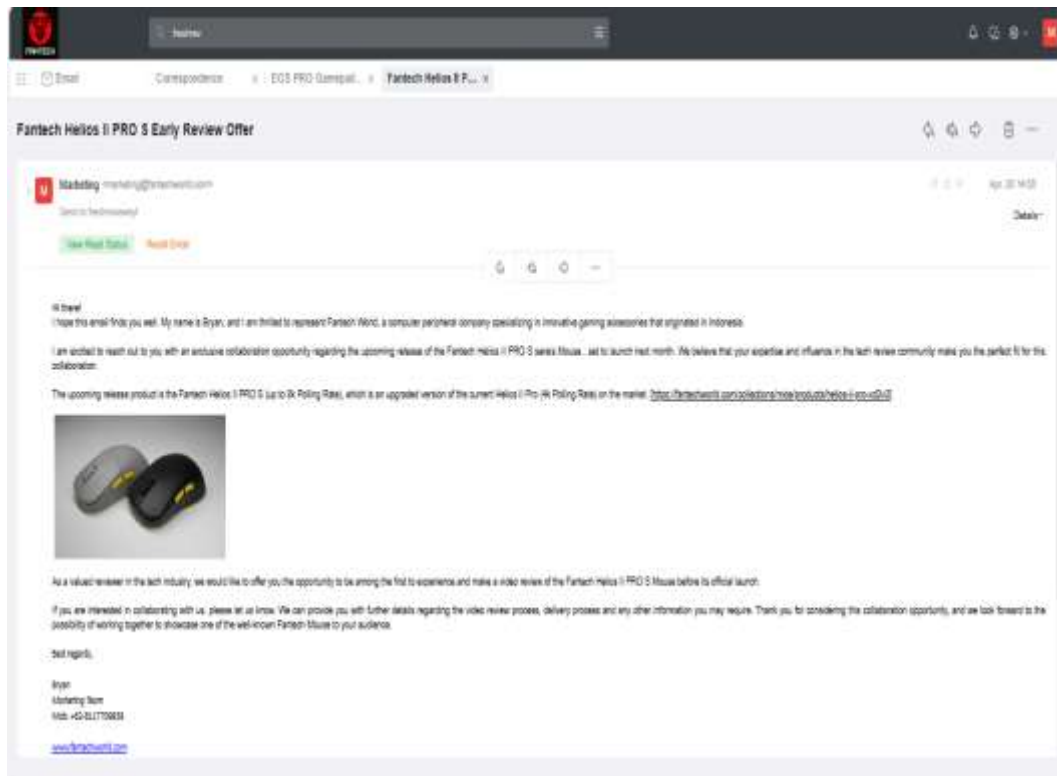
Gambar 3.13 Data List KOL Team Fantech World

Sumber: Data Pribadi Team , 2024



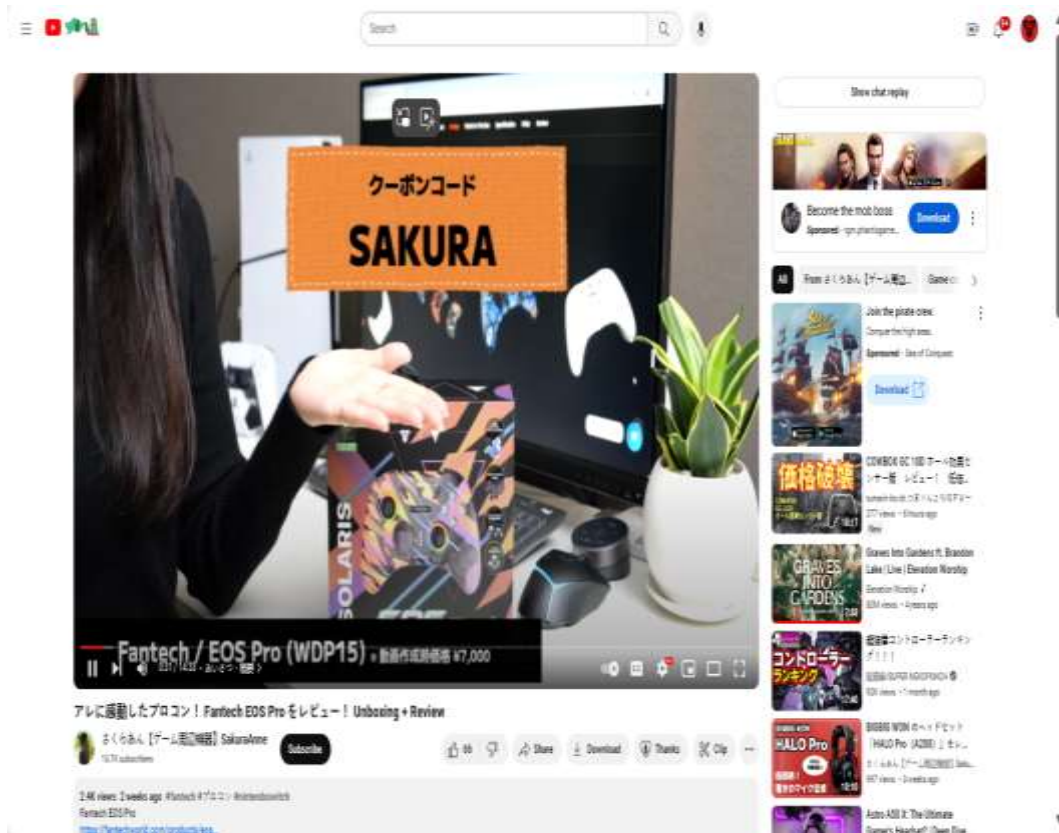
Gambar 3.14 Email Marketing Fantech World dengan calon KOL

Sumber: Data Pribadi Team , 2024



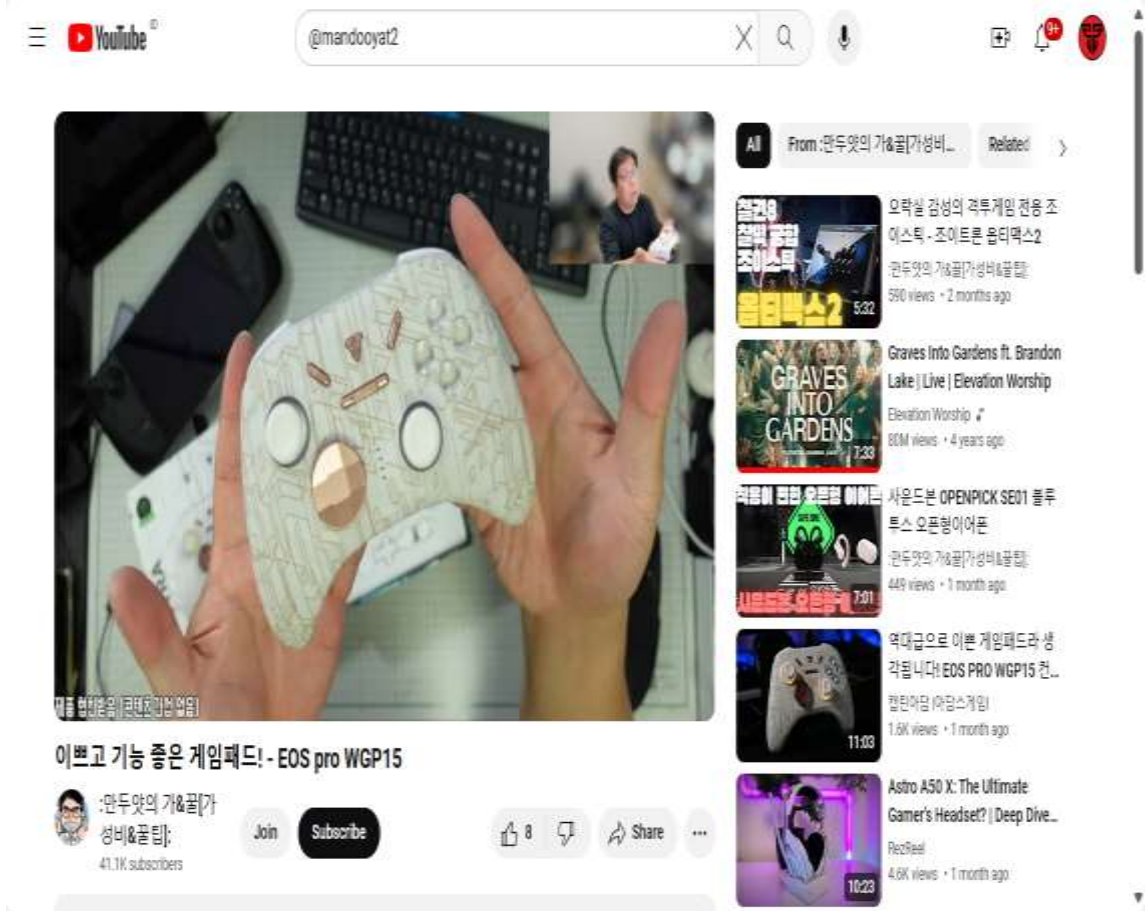
Gambar 3.15 Email Marketing Fantech World dengan calon KOL

Sumber: Data Pribadi Team , 2024



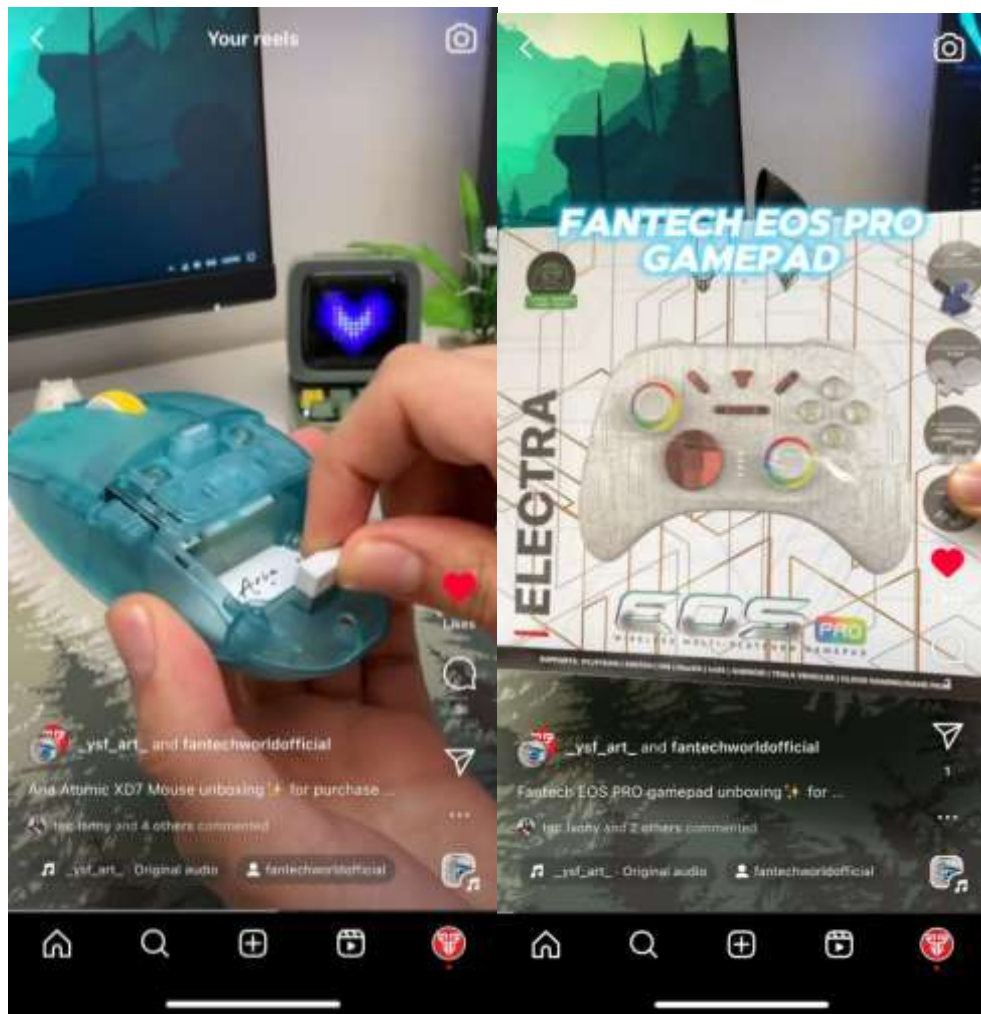
Gambar 3.16 Hasil Video Youtube KOL Jepang dari gambar 3.14

Sumber: Youtube, @sakuraanne, 2024



Gambar 3.17 Hasil Video Youtube KOL Korea

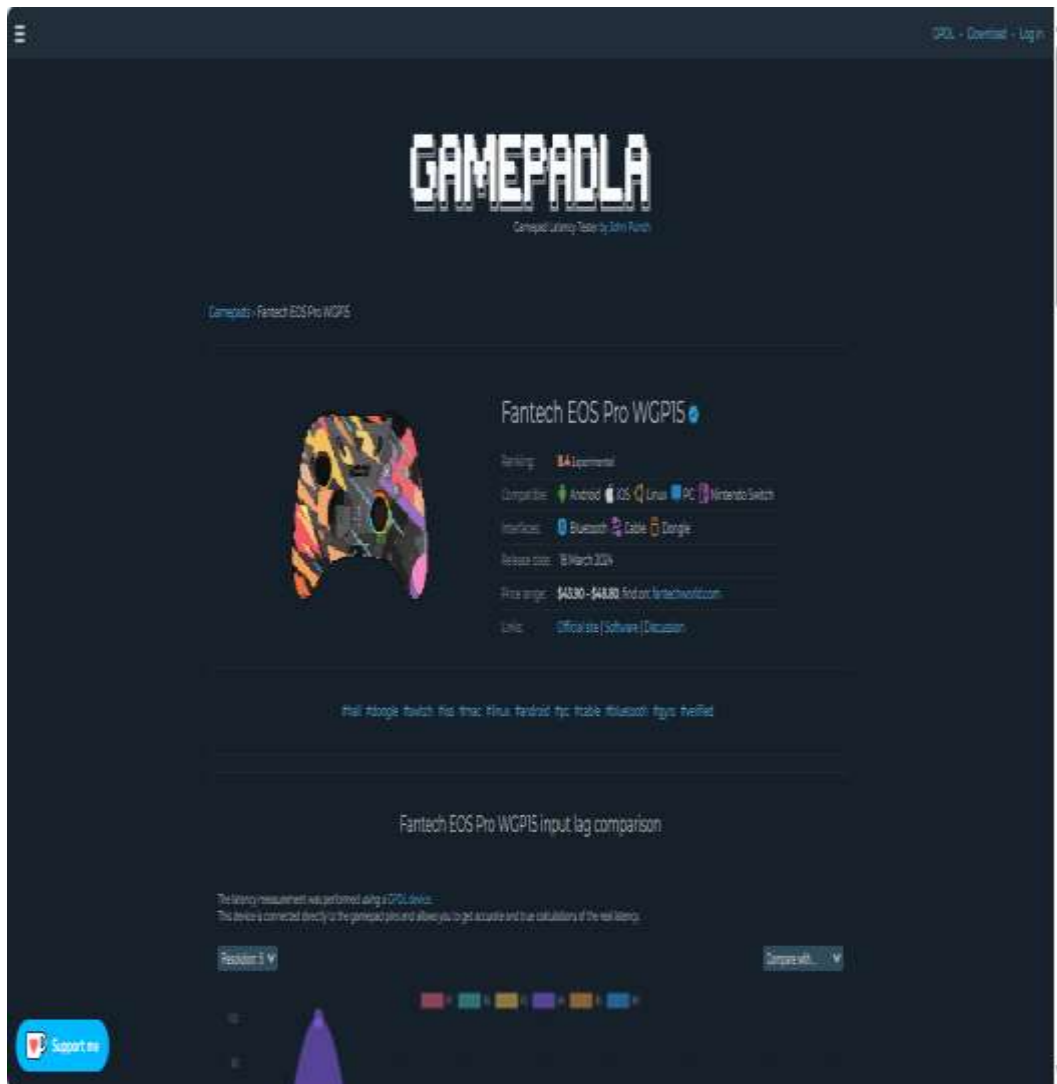
Sumber: Youtube, @mandooyat12, 2024



Gambar 3.18 Hasil Kolaborasi Instagram Post dengan KOL Morocco

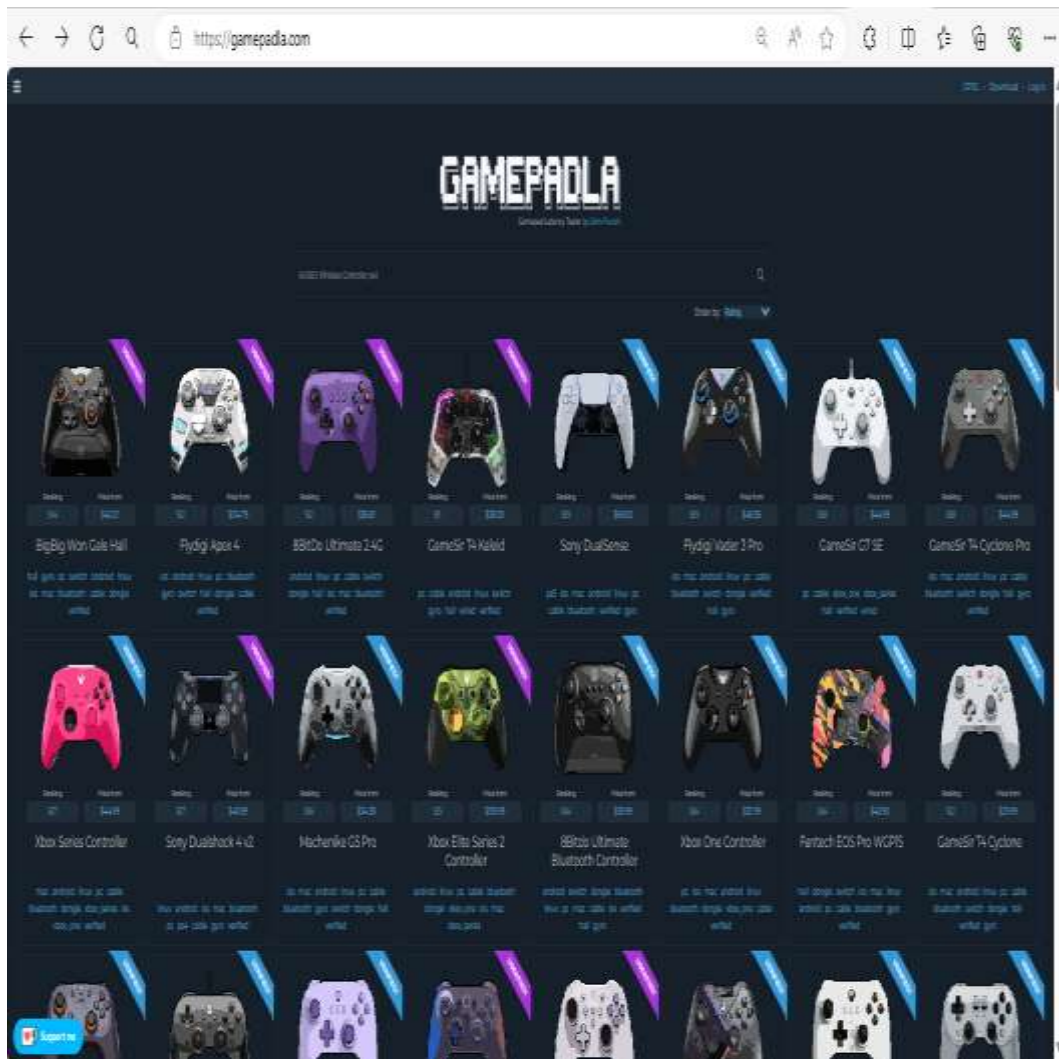
Sumber: Instagram, @\_ysf\_art\_ , 2024





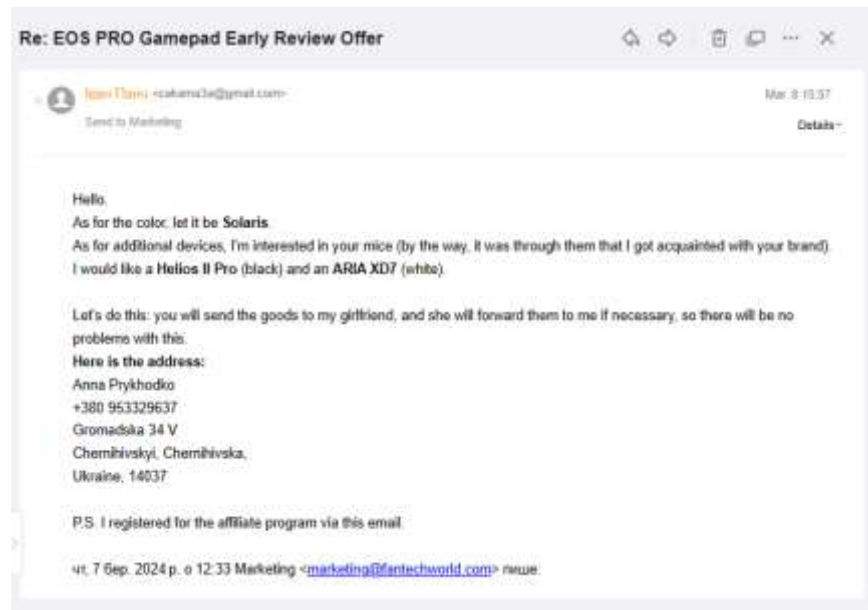
Gambar 3.19 Hasil dari KOL asal Ukraina di Website Gamepad Review Global

Sumber: [www.gamepadla.com](http://www.gamepadla.com) , 2024



Gambar 3.20 Hasil dari KOL asal Ukraina di Website Gamepad Review Global

Sumber: [www.gamepadla.com](http://www.gamepadla.com) , 2024

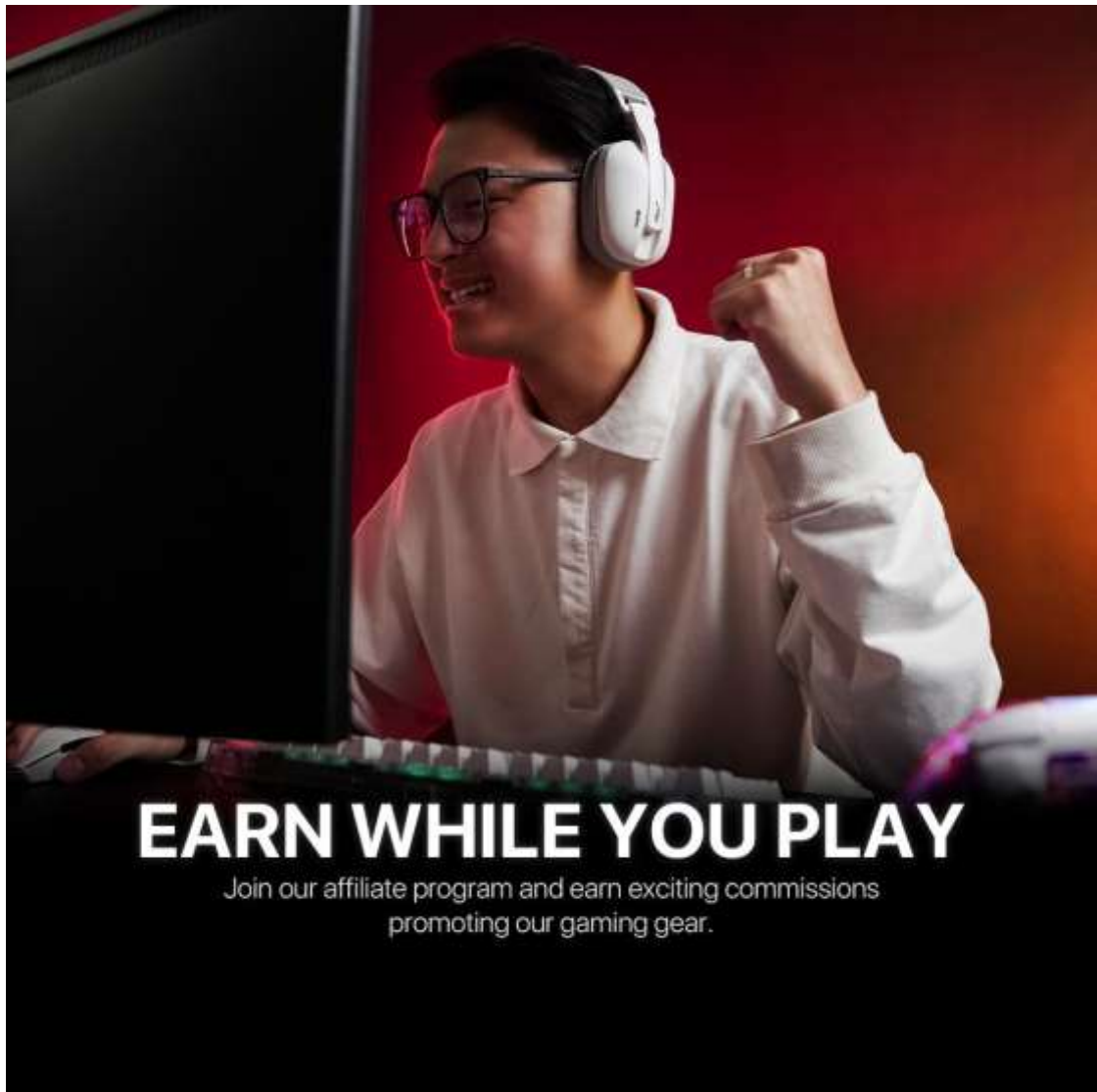


Gambar 3.21 Bukti Deal dari KOL asal Ukraina di Website Gamepad Review Global, dari Gambar 3.19 dan 3.20

Sumber: Data Pribadi Team, 2024

### 3.2.3 Talent

Sebagai seorang *Talent* untuk produk Fantech, saya ditugaskan untuk menjadi model untuk *photoshoot* dan juga *videoshoot* produk serta banner website seperti promosi program *affiliate* Fantech World. Tujuan nya adalah untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi untuk memperkuat citra merek Fantech World, meningkatkan daya tarik produk di platform media sosial dan situs web perusahaan dan meningkatkan daya tarik di mata konsumen.



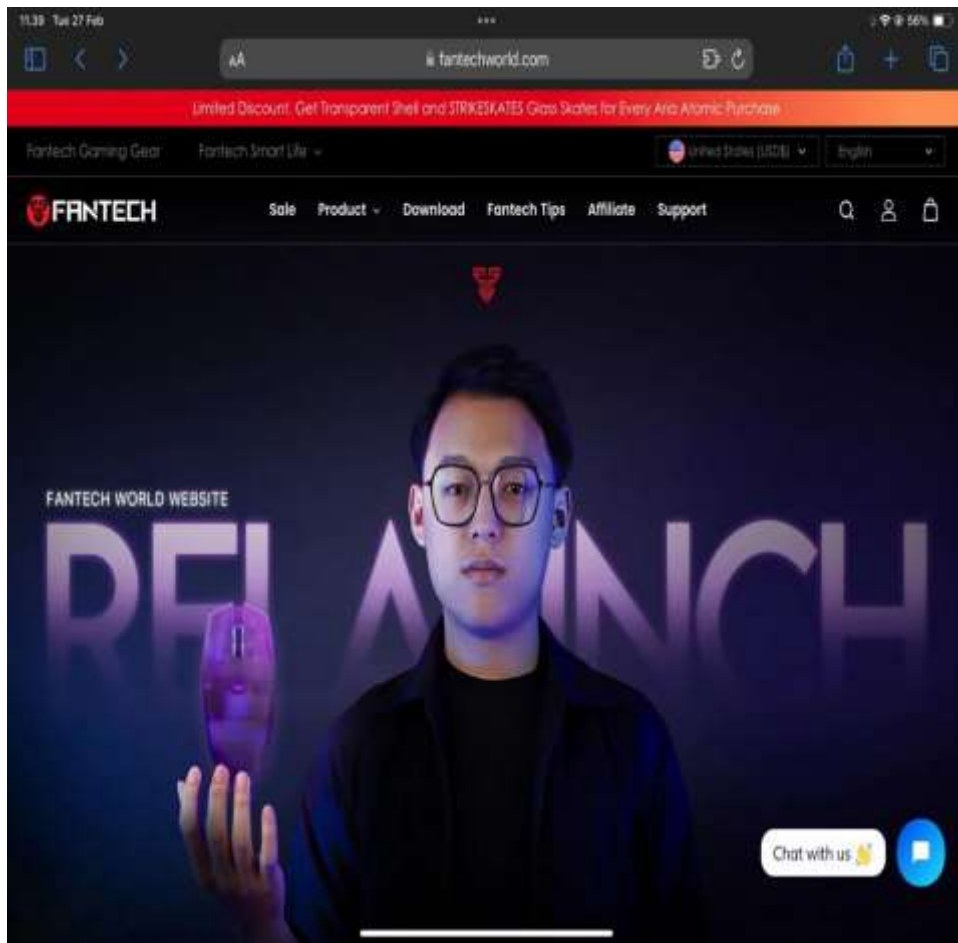
Gambar 3.22 Hasil Photoshoot Affiliate Program Promotion

Sumber: Website Fantech World, 2024



### 3.23 Hasil Videoshoot Review Gamepad Fantech

Sumber: Instagram @fantech.id , 2024



### 3.24 Hasil Photoshoot untuk Website Banner Fantech World

Sumber: [www.fantechworld.com](http://www.fantechworld.com) , 2024



3.25 Hasil Photoshoot untuk produk TWS Headset Fantech

Sumber: [www.fantechworld.com](http://www.fantechworld.com) , 2024



3.26 Hasil Photoshoot untuk produk TWS Headset Fantech

Sumber: [www.fantechworld.com](http://www.fantechworld.com) , 2024

### 3.2.4 Email Marketing

Tujuan dari email marketing specialist ialah meningkatkan keterlibatan pelanggan dan konversi melalui email marketing campaign yang efektif dan mengoptimalkan strategi email marketing berdasarkan analisis data yang mendalam untuk mencapai hasil yang lebih baik. Yang dikerjakan adalah membuat campaign berupa *newsletter* yang dibuat dan di design sendiri, dimana *newsletter* ini akan disebarakan sesuai dengan segmen market yang sudah ditentukan. Pembagian *Market Segmentation* ini dipilih atas dasar customer/orang yang sudah pernah membeli produk, ataupun orang yang pernah membuka email dari marketing Fantech World. Konsep dari pada *newsletter* tersebut adalah sebuah campaign berupa design poster mengenai hari raya yang terjadi di ke 14 negara ( *regional segmented market* ) yang telah ditentukan. Penawaran yang ditawarkan adalah berupa diskon 10% untuk orang yang menerima dan membuka *newsletter* yang dikirimkan oleh email marketing.



|               |                                                                  |     |
|---------------|------------------------------------------------------------------|-----|
| To:           | All subscribers (46,527) ▾                                       |     |
| Subject:      | Be specific and concise to spark interest.                       | 🔗 📧 |
| Preview text: | Write a summary of your email to display after the subject line. | 📧   |
| From:         | Fantech World — marketing@fantechworld.com                       |     |
|               | To use a different address, <a href="#">edit sender email</a>    |     |



### 3.27 Newsletter Email Marketing Fantech World

Sumber: Data Pribadi Team, 2024



3.28 Newsletter Email Marketing Fantech World

Sumber: Data Pribadi Team, 2024

### 3.2.5 Product Training

Tujuan dari jobdesk ini adalah untuk memastikan distributor luar negeri memahami produk Fantech secara mendalam dengan memberikan informasi terperinci tentang fitur dan keunggulan produk untuk meningkatkan pengetahuan mereka, mengoptimalkan penjualan, menjaga konsistensi brand, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Training ini juga bertujuan untuk mengurangi kesalahan penggunaan dan memperkuat hubungan dengan distributor untuk kerjasama jangka panjang. Yang dikerjakan adalah membuat persiapan untuk presentasi berupa PPT mengenai produk yang akan di training ke distributor, lalu melakukan meeting via online dengan distributor atau Fantech cabang luar negeri mengenai product training tersebut. Presentasi dilakukan menggunakan full bahasa Inggris. Product Training dengan distributor luar negeri biasanya dilakukan seminggu setelah product baru yang launching duluan di Indonesia dan China.



3.29 PPT Product Training dengan Distributor Fantech cabang Nepal

Sumber: Data Pribadi Team, 2024



3.30 Zoom Meeting Product Training dengan Distributor Fantech cabang Nepal

Sumber: Data Pribadi Team, 2024

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani proses magang di Fantech World, beberapa kendala dan kesulitan yang saya temui meliputi:

#### 1. Kurangnya Pengelolaan Akun Media Sosial

Salah satu tantangan utama yang saya hadapi adalah kurangnya pengelolaan yang terstruktur pada akun media sosial Fantech World. Sebelum saya mulai magang, akun Instagram Fantech World belum mencapai target dan kurang dalam aspek jangkauan global. Insight yang dihasilkan rendah, dan kontennya kurang menarik dibandingkan akun Instagram Fantech ID. Tidak ada individu yang secara khusus bertanggung jawab atas pengelolaannya, sehingga saya harus mengambil alih tanggung jawab ini.

#### 2. Koordinasi dengan Kantor Pusat kedua di China

Mengelola tugas utama sambil berkoordinasi dengan kantor pusat Fantech World di Guangzhou, China, merupakan tantangan tersendiri. Saya harus sering berkomunikasi dengan Director of Communications, Josh, menggunakan aplikasi WeChat, yang terkadang mengalami kendala teknis seperti perbedaan waktu dan konektivitas yang tidak stabil. Selain itu, perbedaan budaya dan bahasa juga menjadi faktor yang memperlambat proses komunikasi dan penyelesaian tugas.

### 3. Pengelolaan Waktu dan Prioritas

Dengan tugas yang beragam, dari membuat konten hingga mengelola KOL, pengelolaan waktu dan prioritas menjadi tantangan besar. Saya harus memastikan bahwa semua tugas dapat diselesaikan tepat waktu, tanpa mengorbankan kualitas pekerjaan. Terkadang, banyaknya tugas yang harus dikerjakan secara bersamaan membuat saya kesulitan dalam menentukan prioritas.

### 4. Tantangan dalam Menjalankan Tugas sebagai KOL Specialist

Sebagai KOL Specialist, menemukan dan menganalisis KOL yang tepat untuk bekerja sama dengan Fantech memerlukan riset yang mendalam. Menjalin hubungan dengan KOL yang berpotensi, terutama yang berada di luar negeri, membutuhkan keterampilan komunikasi yang baik dan kemampuan untuk memahami pasar yang berbeda. Kendala komunikasi dan perbedaan zona waktu juga seringkali memperlambat proses negosiasi dan kerjasama.

### 5. Menjadi Talent Photoshoot dan Video Product

Meskipun ini adalah pengalaman baru yang menarik, menjadi talent untuk photoshoot dan video product membawa tantangan tersendiri. Saya harus bisa tampil profesional di depan kamera sambil tetap memahami dan mempromosikan produk dengan baik. Terkadang, sesi photoshoot dan video memakan waktu yang cukup lama dan memerlukan banyak retake untuk mendapatkan hasil yang sempurna.

### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

#### 1. Pembuatan Rencana Konten, Peningkatan Kualitas Konten, Analisis Kinerja (**Kendala 1**)

Dengan menyusun rencana konten mingguan dan bulanan yang mencakup berbagai jenis postingan, seperti foto produk, video unboxing, ulasan pengguna, dan konten interaktif. Saya berfokus pada pembuatan konten yang lebih menarik dan informatif dengan menggunakan grafik berkualitas tinggi, caption yang engaging, dan hashtag yang relevan untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi. Saya secara rutin menganalisis performa setiap postingan menggunakan tools analitik media sosial untuk memahami apa yang paling disukai oleh audiens dan mengoptimalkan strategi konten berdasarkan temuan tersebut.

#### 2. Pelatihan Bahasa dan Budaya, Jadwal Komunikasi yang Teratur (**Kendala 2**)

Mengambil inisiatif untuk memahami perbedaan budaya dan bahasa, termasuk beberapa dasar bahasa Mandarin untuk memfasilitasi komunikasi yang lebih lancar. Menetapkan jadwal komunikasi yang teratur dengan Josh melalui WeChat, memastikan adanya waktu khusus untuk diskusi sehingga tidak terganggu oleh perbedaan waktu.

#### 3. Penggunaan *Project Management Tools*, Penjadwalan yang Efektif (**Kendala 3**)

Membuat jadwal harian yang terstruktur dengan waktu khusus untuk setiap tugas, memastikan ada waktu yang cukup untuk menyelesaikan setiap pekerjaan tanpa tergesa-gesa.

#### 4. Riset Mendalam, Membangun Jaringan, Komunikasi yang Efektif (**Kendala 4**)

Melakukan riset mendalam terhadap KOL yang berpotensi, memahami profil mereka, audiens mereka, dan jenis konten yang mereka buat, sehingga dapat menemukan kesesuaian dengan brand Fantech. Aktif membangun jaringan dengan KOL melalui platform media sosial, event industri, dan komunitas online untuk menemukan KOL yang tepat dan potensial. Mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif, baik lisan maupun tertulis, untuk menjalin hubungan yang baik dengan KOL dan memastikan kolaborasi berjalan lancar.

#### **5. Persiapan yang Matang, Kolaborasi dengan Tim Produksi (Kendala 5)**

Melakukan persiapan yang matang sebelum setiap sesi photoshoot atau video, termasuk memahami skrip atau konsep, menjaga penampilan, dan berlatih di depan cermin atau dengan rekan kerja. Bekerja sama dengan tim produksi untuk memahami kebutuhan mereka dan mendapatkan feedback langsung selama proses pengambilan gambar atau video.