

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

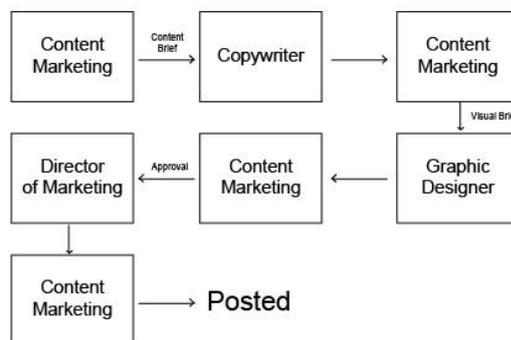
Dalam praktik kerja magang selama 640 jam kerja sebagai *Content Marketing*, penulis bertanggung jawab kepada Maharani Rahman Lestari selaku Director of Marketing dari Orbit Future Academy.



Gambar 3.1. Koordinasi tim *Content Marketing* di Orbit Future Academy

Sumber: Data Perusahaan, 2024

Dalam aktivitas magang di Orbit Future Academy, penulis bekerja sama dengan divisi-divisi magang lain, seperti *Copywriter*, *Graphic Design*, *Videographer*, dan *Photography*.



Gambar 3.2. *Flow* Koordinasi *Content Marketing*

Sumber: Data Pribadi, 2024

3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam pelaksanaan Praktik Kerja Magang sebagai *Content Marketing* di Orbit Future Academy, penulis bersama tim bertugas menjalankan akun media sosial Instagram dari Orbit Future Academy ([@orbitfutureacademy.id](https://www.instagram.com/orbitfutureacademy.id)), akun TikTok ([@inside_orbit](https://www.tiktok.com/@inside_orbit)); dan akun LinkedIn (Orbit Future Academy).

Tugas penulis selama melaksanakan praktik kerja magang adalah memastikan konten yang telah dibuat tereksekusi secara bertahap dari perencanaan, peninjauan, persetujuan, dan distribusi, selain itu penulis juga berinteraksi dengan audiens dari jejaring sosial, seperti membalas chat di *Direct Messages* Instagram, menanggapi komentar, mengapresiasi postingan LinkedIn yang berkaitan dengan Orbit Future Academy, serta mengapresiasi peserta yang mengunggah aktivitas-aktivitas mereka di seluruh media sosial. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis bertanggung jawab kepada Maharani Rahma Lestari selaku Director of Marketing yang bertanggung jawab dalam menjalankan aktivitas pemasaran di Orbit Future Academy secara keseluruhan.

3.2.1. Tugas yang dilakukan

Dalam Praktik Kerja Magang sebagai *Content Marketing* di Orbit Future Academy, yang berlangsung sejak 16 Februari 2024 penulis menjalankan tugas utama melakukan perencanaan, peninjauan dan distribusi konten media sosial Orbit Future Academy dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dari program Orbit Future Academy seperti Indonesia Skills Week, program Studi Independen dan AWS re/Start, hingga merencanakan dan membuat konten edukasi seputar *Artificial Intelligence* (AI) dan Cloud Computing.

Setelah perencanaan, penulis akan melakukan peninjauan konten yang sudah direncanakan dengan menginput *caption* dan meneruskan konten kepada Maharani selaku Director of Marketing, kemudian mendistribusi dengan mengunggah di Instagram, TikTok atau LinkedIn milik Orbit Future Academy.

Dalam aktivitas sebagai *Content Marketing*, penulis juga bertugas merespons audiens di Instagram DM maupun komentar dan bertugas membagikan konten-konten dari Orbit Future Academy di Instagram Story dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada untuk meningkatkan *awareness* dan *engagement*.

Aktivitas yang dilakukan penulis selama menjadi *Content Marketing* di Orbit Future Academy dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1. Kerangka Kerja sebagai *Content Marketing* di Orbit Future Academy

<i>Social Media Planning</i>	Melakukan perencanaan publikasi sosial media meliputi perencanaan konten, dan jadwal publikasi
<i>Videography</i>	Menjalankan konten publikasi berupa video.
<i>Content Monitoring</i>	Melakukan pemantauan konten yang akan diunggah dan setelah diunggah
Sharing Content	Membagikan unggahan dari Orbit Future Academy di Instagram Story Orbit Future Academy
<i>Engagement</i>	Menjawab dan merespons DM Instagram maupun kolom komentar yang berkaitan dengan pertanyaan seputar program Orbit Future Academy atau kritik/saran.

Sumber: Data Pribadi, 2024

3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Media sosial di sini adalah media yang dirancang untuk mendukung interaksi sosial, dibuat dengan teknik penerbitan yang dapat diakses oleh siapapun dan dapat diukur, media sosial memberikan kesempatan bagi siapapun untuk berinteraksi dan berkomentar. (Constantinides, 2014). Kini, penggunaan media sosial sudah tidak sekadar mendukung interaksi antar pengguna melainkan interaksi antar bisnis dengan munculnya penawaran monetasi pengguna dan layanan iklan dengan konten digital dan komunikasi pemasaran (Appel, dkk. 2020). Kini pemanfaatan media sosial bagi perusahaan atau bisnis adalah hal yang sudah absolut, di mana pada bagian berikutnya akan

diuraikan terkait tugas-tugas yang dimiliki oleh *Content Marketing* di Orbit Future Academy

Social Media Marketing

Media sosial adalah teknologi digital yang digambarkan sebagai ‘aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologi dan fondasi teknologi Web 2.0, dibuat oleh pengguna dan memungkinkan terciptanya pertukaran, baik informasi maupun komunikasi (Kaplan dan Haenlein, 2010). Dalam buku *Digital Marketing: A Practical Approach*, dalam pemasaran media sosial terdapat empat matriks utama yang dijabarkan, terdiri dari: *Relationship*, *Self-media*, *Services*, dan *Creative Outlet*. (Charlesworth, 2018).

Dalam aktivitas magang, penulis mengelola dan bertanggung jawab untuk mengontrol akun media sosial meliputi Instagram, TikTok, dan LinkedIn. Aktivitas yang dijalankan selanjutnya akan diuraikan dengan fungsi keempat pilar utama *social media marketing* dari Charlesworth, yaitu: *Self-media*, *Services*, *Relationship*, dan *Creative Outlet*. (Charlesworth, 2018)

1. *Self Media*

Self media memungkinkan perusahaan menyiarkan konten dan pesan yang dimiliki oleh perusahaan kepada audiens di media yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri, *self media* dapat dimanfaatkan perusahaan untuk menyampaikan informasi dengan pengikut yang sudah mengetahui Orbit Future Academy.

Self-media yang dimiliki oleh Orbit Future Academy meliputi media sosial, *blogs*, dan *website*. Sebagai *Content Marketing*, penulis memiliki tugas utama untuk menjalankan konten di akun media sosial. Dalam perjalanannya terdapat tahapan tersendiri dalam menjalankan media sosial, yaitu: Perencanaan, peninjauan, dan distribusi.

- Perencanaan Konten

Dalam pelaksanaan Praktik Kerja Magang, langkah pertama yang dilakukan adalah perencanaan Media Sosial. Perencanaan media adalah proses pemilihan dan penyusunan strategi pemasaran bagi sebuah perusahaan guna tercapainya visi dan misi perusahaan, selain tercapainya visi dan misi perusahaan, perencanaan media juga bertujuan untuk mengetahui apakah konten-konten yang disebarkan nantinya akan efektif atau tidak, juga menjaga keberlangsungan konten. Saat aktivitas magang dimulai, penulis diberikan tugas untuk mengakses seluruh aset media sosial yang dimiliki Orbit Future Academy, dari akun media sosial dan kalender konten; kemudian membuat berkas-berkas untuk keperluan tahap perencanaan, seperti *Worksheet* untuk perencanaan dan *brief* konten. Dalam perencanaan konten, terdapat beberapa hal yang harus dilakukan, yaitu:

- Content Plan

Tahap pertama dalam yang dilakukan untuk menjalankan media sosial adalah perencanaan konten. Perencanaan konten dilakukan dengan memanfaatkan Google Spreadsheet. Mengisi informasi dan referensi konten, termasuk pada topik utama, penjelasan, format, status konten, dan *person in charge*.

- Content Brief

Selanjutnya tim *Content Marketing* menentukan topik yang akan dibahas, kemudian untuk konten dengan format *Still Graphic* topik dan informasi akan diletakkan pada dokumen Google Docs berlabel 'Content Brief'

Content Brief terdiri dari dua kolom: kolom Text berisikan informasi, referensi, dan sumber serta Copy KV yang akan diserahkan kepada tim *Copywriter* untuk diisi

dengan *copywriting* yang lebih singkat. Sedangkan untuk konten berformat video akan dilanjutkan pada **Video Brief** dan diserahkan ke tim *Videographer*.

- Visual Brief

Setelah menerima *brief* dari *Copywriter*, selanjutnya tim *Content Marketing* membuat Visual Brief yang selanjutnya diserahkan ke tim *Graphic Designer*

- Approval

Tim *Graphic Designer* selanjutnya akan mengirimkan konten dari Visual Brief berupa pranala melalui WhatsApp. Setelah menerima desain konten, selanjutnya konten akan diserahkan ke Maharani selaku Director of Marketing untuk *approval*. Penyerahan konten dilakukan melalui Discord.

- *Content Calendar*

Setelah konten yang di *plan* mendapatkan *approval*, selanjutnya konten akan diinput pada *Content Calendar* termasuk pada *caption* dan pranala ke berkas konten terkait.

Dalam pelaksanaannya kalender konten dibuat dengan memanfaatkan Microsoft Excel yang di dalamnya berisikan bulan, hari, tanggal, jenis konten, penjelasan konten, *caption*, dan pranala ke berkas konten. Sesaat pertama kali mengakses kalender konten, penulis diinformasikan bahwa konten kalender akan diisi dengan hari-hari besar terlebih dahulu, kemudian terkait program, lalu diisi dengan konten harian.

Setelah dilakukan perencanaan, tahap selanjutnya yang akan dilakukan adalah pendistribusian konten.

- Distribusi Konten

Setelah konten direncanakan dengan matang, tahap selanjutnya adalah distribusi konten. Di Orbit Future Academy, terdapat tiga media untuk distribusi konten, yaitu: Instagram, LinkedIn, dan TikTok.

Instagram

Distribusi konten Instagram Orbit Future Academy adalah sebanyak dua kali dalam seminggu, unggahan dilakukan setiap hari Senin dan Jumat, di luar unggahan hari raya.

Waktu unggahan dilakukan pada pukul 18.00 WIB setiap hari Senin dan Jumat, waktu ini ditentukan berdasarkan dari hasil analisis *insight* 'Most Active Followers' di Instagram Orbit Future Academy yang menunjukkan pada Senin, angka tertinggi pengguna aktif adalah di 18.00 WIB dengan total 6,596 pengikut sedangkan pada Jumat, angka tertinggi pengguna aktif adalah di 18.00 WIB dengan total 6,620 pengikut.

Sedangkan untuk unggahan, terdapat tiga format, yaitu Instagram Feeds, Instagram Story, dan Instagram Reels. Dalam pelaksanaannya, Orbit Future Academy memanfaatkan Instagram Feeds untuk menyebarkan konten terkait dengan Artificial Intelligence (AI) dan Cloud Computing; poster promosi program; dan visual untuk hari raya seperti Hari Paskah, Hari Pendidikan Nasional, dan Hari Perempuan Internasional. Instagram Story digunakan untuk *live record* acara seperti National Onboarding Studi Independen dan Kampus Merdeka Fair 2024 atau berinteraksi dengan para audiens dan pengikut dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada

Sedangkan untuk konten Instagram Reels dan TikTok, Orbit Future Academy berfokus pada konten yang *fun dan* menunjukkan para pekerja di dalam Orbit Future Academy

2. *Services*

Di pilar selanjutnya dalam *Social Media Marketing*, terdapat *services*. Di mana setiap perusahaan memerlukan *services* yang bertujuan sebagai media komunikasi dan wadah interaksi, juga menjadi wadah bagi audiens/konsumen untuk mengajukan pertanyaan, hingga menyampaikan kritik dan saran (Charlesworth, 2018).

Dalam aktivitas *Content Marketing* di Orbit Future Academy, penulis melakukan *services* dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang datang dari DM Instagram. Seperti pertanyaan seputar program AWS re/Start, di mana banyak pertanyaan yang muncul seputar syarat dan *timeline* program

3. *Relationship*

Orbit Future Academy menjunjung tinggi nilai *relationship*, mereka percaya bahwa dalam perjalanan Orbit Future Academy bisa sampai hari ini dikarenakan adanya *relationship* yang dibangun kepada seluruh *stakeholder*. Untuk menjaga *relationship*, Penulis ditugaskan untuk membuat konten yang interaktif terutama di Instagram Story dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada, guna memulai interaksi dengan audiens.

Instagram Story di atas dibuat pada saat Orbit Future Academy hadir membuka *booth* pameran untuk program Studi Independen di Kampus Merdeka Fair 2024 yang berlokasi di Padang, Sumatera Barat. Penulis ditugaskan untuk membuat Instagram Story yang berfokus pada *live record* acara dan *booth* dari Orbit Future Academy

4. *Creative Outlet*

Creative Outlet merupakan aktivitas di mana tim pemasaran melakukan penyebaran konten informasi terkait produk, program, atau *brand*, jika pada *self-media* memanfaatkan strategi *pull marketing*, pada *creative outlet* lebih merujuk kepada *push marketing*, di mana memanfaatkan penggunaan periklanan media sosial. Menarik lebih banyak potensi audiens maupun konsumen dengan teknologi *social media ads* yang dapat menargetkan pengguna tertentu. (Charlesworth, 2018)

Orbit Future Academy memanfaatkan periklanan media sosial untuk penawaran program mereka seperti AWS re/Start dan program Studi Independen AI 4 Jobs hasil kolaborasi dengan program Kampus Merdeka oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Pemilihan pesan dalam konten media sosial *self-media* dan periklanan media sosial jelas berbeda. Program AWS re/Start adalah program kolaborasi antara Orbit Future Academy dengan Amazon Web Services (AWS), program ini menawarkan pembelajaran Cloud Computing secara gratis bagi *job seekers* ataupun *fresh graduate* yang ingin mendalami dunia Cloud Computing untuk potensi berkarier di bidang tersebut. Sedangkan untuk program Studi Independen ‘AI 4 Jobs’ adalah program yang dimiliki oleh Orbit Future Academy berkolaborasi dengan Kampus Merdeka. Dalam *self-media*, penentuan pesan konten tertuju pada target audiens yang sudah mengikuti Instagram Orbit Future Academy dan setidaknya mengetahui program AWS re/Start dan Studi Independen. Artinya pesan dalam konten dapat berfokus pada benefit-benefit yang ditawarkan sesaat dan setelah mengikuti program.

Sedangkan untuk periklanan media sosial, untuk menjangkau potensial audiens, maka pesan konten yang disampaikan berbeda, pesan media yang disampaikan lebih menunjukkan pada pengenalan program dibandingkan langsung menyebutkan keuntungan atau syarat-syarat program.

Dalam menjalankan aktivitas sebagai *Content Marketing* di Orbit Future Academy, penulis menjalankan keempat pilar utama dalam *Social Media Marketing* yang diutarakan oleh Charlesworth pada bukunya berjudul '*Digital Marketing: a Practical Approach*' yaitu: *Self-media; Services; Relationship; dan Creative Outlet*.

3.3. Kendala yang Ditemukan

Selama menjalankan aktivitas *Content Marketing* di Orbit Future Academy, penulis menghadapi kendala yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Dalam perencanaan konten, penulis menghadapi masalah komunikasi yaitu kurang konsistennya Orbit Future Academy dalam memanfaatkan media komunikasi dimulai dari penyebaran *brief* di antara tim yang jika diperhatikan, masih adanya penyebaran *brief* konten yang menggunakan produk Google (Google Docs, Google Spreadsheets, Google Drive), dan produk Microsoft (OneDrive, Microsoft Word & Microsoft Excel). Hal ini seringkali memicu miskomunikasi saat melakukan *track content*.
2. Tim *Content Marketing* di Orbit Future Academy kurang mendapatkan *product knowledge*. Sebagai garda terdepan di media sosial yang dimiliki perusahaan, penulis dan rekan tim membutuhkan waktu yang lebih lama untuk merespons, hal ini disebabkan karena penulis dan rekan tim harus menanyakan kembali pada penanggungjawab program untuk setiap pertanyaan baru yang masuk.

3. Sebelum Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) *Batch 6* Orbit Future Academy dimulai, perusahaan menggunakan *outsourcing* untuk menjalankan aktivitas media sosial mereka. Saat penulis mulai menjalankan aktivitas magang, media sosial sudah tidak lagi dipegang oleh *outsourcing*, sehingga transisi antar *outsourcing* ke peserta magang *Content Marketing* berlangsung kurang lancar, hal ini menimbulkan kendala terhambatnya proses kerja penulis pada periode 16-29 Februari 2024, penulis dan tim juga merasa kurangnya mendapatkan arahan baik dari *outsourcer* ataupun Director of Marketing.

3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dengan kendala-kendala yang dihadapi, tim *Content Marketing* bersama Director of Marketing melakukan *brainstorming* bersama untuk menemukan solusi dan jalan tengah dari permasalahan yang timbul akibat kendala.

1. Ketidakkonsistenan penggunaan layanan dalam proses perencanaan konten, di mana ada yang masih menggunakan produk dari Google maupun Microsoft, akhirnya dikomunikasikan antar divisi bahwa ada beberapa divisi yang lebih nyaman dan sudah terbiasa menggunakan produk dari Google maupun sebaliknya. Untuk saat ini tim *Content Marketing* membantu mengontrol terkait jalur konten dengan memanfaatkan Linktree dan merangkum semua *brief* dalam satu pranala, yaitu <https://linktr.ee/kontenOFA>.
2. Kendala yang dihadapi sebab kurangnya *product knowledge* sehingga proses tanya-jawab dengan audiens di media sosial Orbit Future Academy ditangani dengan:
 - Mengumpulkan pertanyaan-pertanyaan dari Instagram DM pada periode sebelumnya dan membuat daftar pertanyaan yang banyak ditanyakan, kemudian dipilih menjadi *Frequently Asked Questions* atau FAQ dan diteruskan kepada penanggungjawab program untuk ditinjau dan dijawab.
Membuat Instagram Story dengan fitur ‘Questions’ yang mengajak audiens untuk bertanya terkait program dan kemudian

mengumpulkan pertanyaan, meneruskan ke penanggungjawab program dan setelah mendapatkan jawaban, penulis dan tim menjawab kembali di Instagram Story.

3. Meskipun transisi dari *outsourcing* ke *Content Marketing* tidak berjalan dengan mulus dalam jangka waktu 16-29 Februari 2024, penulis bersama tim terus melakukan *meeting* dan *brainstorming* bersama Maharani untuk terus melakukan *update* baik informasi terakhir yang disimpan sebelum penyerahan media sosial, serta turut membantu melengkapi berkas-berkas yang diperlukan.