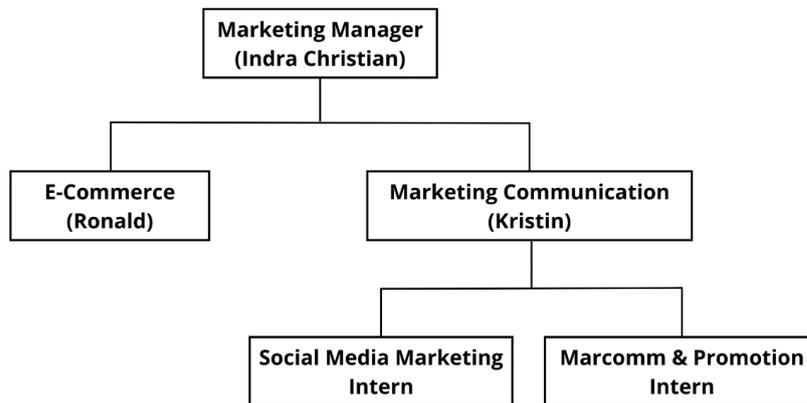


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan aktivitas kerja magang di salah satu perusahaan pemasok perlengkapan hewan peliharaan yaitu PT. Harapan Maju Indah. Penulis diletakkan pada posisi *Social Media Marketing Intern*.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication

Sumber: Data Penulis (2024)

Gambar 3.1 menunjukkan bahwa posisi *Social Media Marketing Intern* berada di bawah divisi *Marketing Communication* yang dipimpin oleh Kristin. Pada struktur organisasi di atas juga menunjukkan bahwa kedudukan tertinggi pada bagian pemasaran di perusahaan PT. Harapan Maju Indah dipimpin oleh Indra Christian sebagai *Marketing Manager* PT. Harapan Maju Indah.

Pada posisi *social media marketing* penulis dibimbing oleh Indra Christian yang memiliki jabatan sebagai *Marketing Manager* PT. Harapan Maju Indah. Penulis juga dibantu oleh Kristin selaku *Marketing Communication* PT. Harapan Maju Indah dalam melakukan aktivitas praktik kerja magang. Alur kerja akan diarahkan oleh Indra Christian kepada Kristin secara lengkap dan jelas. Penulis menerima pekerjaan dari Indra Christian yang diarahkan dan juga dibimbing oleh Kristin yang berkaitan dengan *social media marketing*.

Penulis sudah mendapatkan arahan dari Kristin, penulis dapat mengajukan pertanyaan tentang arahan yang diberikan oleh Kristin agar tugas yang diberikan dapat berjalan dengan lancar dan jelas sehingga dapat meminimalisir terjadinya miskomunikasi. Penulis juga mengerjakan tugas yang diberikan oleh Indra Christian dengan bimbingan secara langsung oleh Kristin dan memberikan laporan secara berkala kepada Indra Christian. Hasil kerja yang sudah dikerjakan akan dilaporkan kepada Kristin lalu langsung disampaikan kepada Indra Christian untuk mendapatkan masukan. Jika ada perubahan atau pekerjaan tambahan, Kristin selaku *Marketing Communication* akan memberi instruksi kepada penulis dan membimbing agar tugas yang diberikan dapat dikerjakan secara efektif.

Sebagai pelaksana aktivitas kerja magang, penulis biasanya berkomunikasi tentang pekerjaan dan tugas yang diberikan dengan Indra Christian sebagai pembimbing kerja magang dan penulis juga berdiskusi dengan Kristin tentang masukan yang diberikan oleh Indra Christian. Semua kegiatan tersebut merupakan tanggung jawab bersama seperti membahas tentang konten seperti apa yang sesuai dengan promosi yang sedang berjalan dan juga memberikan pendapat tentang jadwal *livestreaming* yang terbaik seperti apa.

### **3.2 Tugas, Uraian dan Teori/Konsep Kerja Magang**

#### **3.2.1 Tugas Kerja Magang**

Penulis diberikan tanggung jawab pada posisi *social media marketing intern*, penulis bertanggung jawab membuat *content planning* yang diawali dengan mencari ide konten dan juga tren yang sedang berjalan, tentunya semua referensi yang dicari sesuai dengan *brand image* dari PT. Harapan Maju Indah yang sudah dibangun. Setelah *content planning* sudah dilaksanakan, penulis akan memberi laporan kepada pembimbing dan juga meminta *approval* agar dapat dilanjutkan dengan *content posting* ke *platform* media sosial Instagram milik PT. Harapan Maju Indah.

Penulis diberikan tanggung jawab sampai *content posting* ke *platform* media sosial Instagram perusahaan, dengan itu penulis tidak diberi tanggung jawab untuk melakukan evaluasi konten yang sudah diunggah.

Selaku *social media marketing intern*, penulis juga diberikan tanggung jawab untuk mengelola *live streaming* pada *e-commerce* PT. Harapan Maju Indah. Penulis memulai dengan membuat jadwal *live streaming*, menentukan *item* yang akan diunggah pada *live streaming* yang akan berjalan, dan menjadi *host* dari *live streaming*. Berikut *timeline* aktivitas kerja magang yang penulis laksanakan.

Tabel 3.1 Timeline Aktivitas Kerja Magang  
Sumber: Data Penulis (2024)

| Aktivitas   | Januari |   |   |   | Februari |   |   |   | Maret |   |   |   | April |   |   |   | Mei |   |   |   |
|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|
|   | 1       | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 | 3 | 4 |
| <i>Content Planning</i>   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |
| Mencari referensi konten yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |
| Merancang <i>copywriting</i>                                      |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |
| Membuat rancangan konten  |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |
| <i>Content Creation</i>   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |
| Menjelaskan konsep konten kepada tim <i>design</i>                |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |
| <i>Content Posting</i>  |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |



*awareness* dan melakukan interaksi kepada audiens merupakan tujuan utama dari *Social Media Marketing* (Chaffey and Smith, 2017, p.256)

### **1. Content Planning**

Penulis melaksanakan tanggung jawabnya sebagai *Social Media Marketing Intern* dengan membuat *content planning* seperti merancang konten dan *copywriting* untuk media sosial Instagram PT. Harapan Maju Indah. Tahap pertama yang dilakukan oleh penulis yaitu mencari referensi konten, referensi *copywriting* yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan lalu tahap akhir akan melakukan *approval* kepada *supervisor*.

#### **a. Mencari referensi konten yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.**

Penulis diarahkan oleh Kristin untuk mencari ide konten yang cocok untuk promo yang akan berjalan. Penulis mencari konten yang sedang viral pada media sosial Instagram yang mungkin akan cocok untuk diterapkan pada akun media sosial PT. Harapan Maju Indah. Referensi konten yang ditemukan akan menjadi gambaran awal untuk merancang konten dan *copywriting* untuk konten media sosial PT. Harapan Maju Indah.

Proses mencari referensi konten ini dilakukan oleh penulis secara berkala dan terus menerus, karena tren setiap waktunya akan berubah. Beberapa anggota dari tim *marketing* memberi referensi dan juga didiskusikan untuk perancangan konten untuk media sosial PT. Harapan Maju Indah agar konten yang dirancang dapat sesuai dengan keinginan bersama.

Jika ada arahan khusus dari pembimbing lapangan, maka hal tersebut akan menjadi tema yang akan dikembangkan untuk konten media sosial PT. Harapan Maju Indah. Namun jika tidak ada arahan khusus, penulis melakukan riset untuk referensi konten secara

mandiri dengan bantuan tim *marketing* dari PT. Harapan Maju Indah.

**b. Merancang *copywriting* untuk media sosial PT. Harapan Maju Indah.**

Penulis diberi tanggung jawab untuk merancang konten dan *copywriting* media sosial PT. Harapan Maju Indah. Penulis membuat rancangan konten sesuai dengan referensi yang sudah didapatkan dan akan dikembangkan untuk pembuatan rancangan konten yang akan diterapkan. Penulis diberikan arahan untuk merancang konten sebanyak 3 konten setiap minggunya. Seluruh rancangan konten akan disampaikan kepada *supervisor* untuk mendapatkan *approval* di setiap akhir minggunya.

Penulis sebelum melaksanakan perancangan *copywriting*, penulis menganalisis tentang konten yang sudah pernah diunggah sebelumnya, seperti menggunakan kata formal atau informal dan juga jumlah engagement yang sudah didapat.

Penulis juga merancang *copywriting* yang akan digunakan untuk konten yang akan diunggah pada media sosial PT. Harapan Maju Indah. *Copywriting* ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens serta mendukung konten yang akan diunggah.

Pada pembuatan *copywriting* harus memikirkan tentang suatu produk atau jasa yang ditawarkan, mementingkan kelebihan dari produk maupun jasa dan juga mengetahui apa yang dibutuhkan oleh audiens (Garfinkel, 2014, p.22). Penulis mencoba untuk menggunakan bahasa informal untuk mencapai target audiens anak muda yang memiliki hewan peliharaan.

*Copywriting* merupakan komponen penting dalam aktivitas promosi untuk menyampaikan pesan promosi secara singkat dan menarik dalam iklan suatu produk maupun jasa (Ariyadi,2020).

Terdapat beberapa jenis *copywriting* yaitu *Story copy*, *You and Me Copy*, *Hyperbolic Copy*, *Teaser Copy*, *News Copy Page*, *Humorous Copy* (Ariyadi,2020). Penulis menggunakan beberapa jenis *copywriting* yaitu:

- ***You and Me Copy:***

Jenis ini mengarah kepada promosi penjualan produk untuk berbicara dengan audiens secara tidak langsung sama halnya seperti konten interaktif. Salah satu contoh yang dirancang oleh penulis yaitu seperti, “Anabulmu lebih suka yang mana?”. *Copywriting* tersebut seolah-olah mengajak target audiens untuk berinteraksi dengan menanyakan lebih suka yang mana produk 1 atau produk.



Gambar 3.2 Contoh Hasil *Copywriting*

Sumber: Data Penulis (2024)

- ***Forthright Copy:***

Jenis ini digunakan penulis untuk mempromosikan barang atau jasa dengan memberi informasi kelebihan dari produk yang akan dipromosikan. Salah satu contoh *copywriting* yang dirancang oleh penulis yaitu, “Pencernaan sehat dan buku

berkilau dengan Good Dog Grain Free”. *Copywriting* tersebut menjelaskan kelebihan dari produk Good Dog Grain Free yaitu dengan menggunakan produk tersebut dapat membuat pencernaan anabul menjadi sehat dan membuat bulu anabul menjadi berkilau.



Gambar 3.3 Contoh Hasil *Copywriting*

Sumber: Data Penulis (2024)

## 2. *Content Creation*

Penulis membuat rancangan konten sesuai dengan referensi yang sudah ditemukan lalu dikembangkan serta diterapkan oleh penulis untuk merancang konten untuk diunggah pada media sosial PT. Harapan Maju Indah. Pada perancangan konten ini penulis memperhatikan beberapa indikator agar aktivitas pemasaran untuk suatu produk dapat berjalan dengan lancar.

*Social Media Marketing* memiliki beberapa indikator (Genelius dalam Wijaya, 2021), sebagai berikut:

### a. *Read:*

Konten akan menjadi menarik jika melakukan kegiatan riset, seperti mencari informasi tren yang menarik lalu mencari informasi

tentang *brand competitor*, kebutuhan konsumen, atau topik lain yang berhubungan dengan bisnis. Penulis melaksanakan indikator ini dengan mencari referensi di media sosial seperti Tiktok dan Instagram. Konten yang sudah didapat yang sekiranya sesuai dengan perusahaan akan digunakan untuk perancangan konten di media sosial perusahaan.

**b. Create:**

Pada indikator ini dilakukan setelah mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai *brand competitor* atau bisnis serupa, konten dapat diproduksi dengan menarik dengan target audiens yang sesuai. Penulis sudah mendapatkan beberapa referensi konten dari brands competitor maupun media sosial perusahaan. Penulis melakukan perancangan konten dengan mengikuti tren serta *copywriting* yang menarik dan sesuai dengan target audiens dari perusahaan, konten sudah disetujui oleh pembimbing akan diserahkan langsung kepada tim desain perusahaan.

**c. Share:**

Jika pembuatann konten sudah terlaksana, konten akan diunggah pada media sosial yang bertujuan untuk memasarkan sebuah produk maupun jasa secara tidak langsung. Konten yang disebarakan bertujuan untuk menarik perhatian audiens serta memberi informasi lebih mengenai produk maupun jasa yang ditawarkan.

**d. Discuss:**

Konten yang sudah diunggah pada media sosial seiring jalannya waktu akan mendapat interaksi dari audiens seperti *likes* dan *comment*. Sebuah *brand* juga harus menanggapi *comment* tersebut yang bertujuan untuk berinteraksi dengan audiens. Penulis tidak melaksanakan pada indikator *discuss* karena penulis tidak memiliki wewenang untuk membalas *comment* yang ada pada konten yang diunggah di media sosial perusahaan.

Setelah rancangan konten yang dibuat oleh penulis sudah dikirim kepada *supervisor* untuk mendapatkan *approval*. Penulis akan menuliskan semua semua *brief* konten pada *google sheet content plan* seperti komponen gambar apa saja yang akan digunakan, lalu *copywriting* seperti apa yang akan digunakan serta *hashtag* untuk konten yang akan diunggah pada media sosial PT. Harapan Maju Indah.

*Content plan* tersebut akan dikirimkan kepada tim desain agar dapat segera diproses. Penulis juga menjabarkan dan menjelaskan secara lisan dengan rinci kepada tim desain. Penulis memastikan bahwa tim desain paham dengan konsep konten yang sudah dijabarkan pada *google sheet content plan*.

| 1 | DATE       | TIME  | TYPE              | THEME                   | CAPTION  | HASHTAG  | DESIGN BRIEF  | IMAGE COPY                   |
|---|------------|-------|-------------------|-------------------------|--|--|---|------------------------------|
| 1 | 30/01/2024 | 12.00 | Konten Interaktif | Peliharaan Pahlawan     | Menurut mimin, anabun adalah pahlawan! Koneksi anabun selalu setia berada di samping kita sepanjang waktu, baik saat sedih maupun senang untuk menghibur kita!                                     | #anabun #anjinglucu  | Anjing dewasa duduk mengenakan sayap seperti Superman. Foto produk Best in Show Professional. Logo Best in Show.                                  | PELHARAANKU PAHLAWANKU!!     |
| 2 | 10/02/2024 | 8.00  | Konten Hiburan    | Chinese New Year        | Metyambut Tahun Baru imlek dengan semangat dan ketertarikan! Semoga keberuntungan dan kebahagiaan menghampiri setiap momen kita. Gong Xi Fa Cai, selamat merayakan bersama keluarga dari sahabat!  | #TahunBaruImlek2024 #kebahagiaanbersama #bestinshow #gooddog | Anjing duduk dengan menambahkan onamen naga dan liontin. Ditambahkan bunga-bunga berwarna merah. Menggunakan background dengan warna dasar merah. | HAPPY CHINESE NEW YEAR 2024  |
| 3 | 12/02/2024 | 12.00 | Konten Promosi    | Promosi Produk Good Dog | Hi Be Friends!! Kalo lagi ajak anabun pergi jalan-jalan baiknya bukan membawa makanan kesayangan anabun, agar tidak ribet membawa makanan anabun ini ada loh kemasan praktis 100gram dari Good Dog | #bestinshow #gooddog #100gram #anjingindonesia               | Anjing golden yang sedang berjalan di rumput. Foto produk Good Dog 100 gram lengkap varian rasanya. Logo dari Best in Show.                       | MUDAH PRAKTIS UNTUK 1X MAKAN |

Gambar 3.4 Contoh Hasil *Content Plan*

Sumber: Data Penulis (2024)

Tim desain akan membuat *draft* konten lalu mengirimkan kepada penulis untuk memastikan desain yang dibuat sesuai dengan konsep yang sudah dibuat oleh penulis sebelumnya. Konten yang sudah sesuai akan disampaikan kepada *supervisor* yaitu Indra Christian untuk mendapatkan *approval*. Jika mendapatkan catatan untuk memperbaiki dari *supervisor*, penulis akan menyampaikan secara langsung kepada tim desain.

### 3. *Content Posting*

Semua konten yang sudah disetujui oleh *supervisor* akan diunggah pada salah satu *platform* media sosial yaitu Instagram milik PT.

Harapan Maju Indah. Penulis memasukan pada jadwal unggahan konten sesuai dengan jam yang sudah ditentukan sebelumnya. Jam yang ditentukan oleh penulis yaitu jam 09.00 dan 12.00. Jam untuk pengunggahan konten direkomendasikan oleh perusahaan karena menurut perusahaan jam tersebut merupakan yang terbaik untuk mengunggah konten dimana audiens lebih aktif dalam menggunakan media sosial pada saat jam tersebut.

Penulis mengunggah konten menggunakan *device* milik kantor sehingga penulis wajib melakukan laporan untuk mendapatkan izin untuk mengunggah konten yang sudah disetujui.



Gambar 3.5 Contoh Hasil Konten Promosi

Sumber: Data Penulis (2024)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.6 Contoh Hasil Konten Informatif  
 Sumber: Data Penulis (2024)



Gambar 3.7 Contoh Hasil Konten Hiburan  
 Sumber: Data Penulis (2024)

#### 4. Live Streaming

Penulis juga diberikan tanggung jawab oleh *supervisor* untuk menjalankan *live streaming* PT. Harapan Maju Indah pada beberapa *platform E-Commerce*. Rincian tugas yang dilaksanakan penulis yaitu membuat jadwal untuk *live streaming*, menentukan jam dan *platform*

apa yang baik untuk *live streaming*. Penulis juga diberikan tugas untuk menjadi *talent host live* dalam beberapa *platform E-Commerce* PT. Harapan Maju Indah. Penulis tidak perlu membuat *brief* materi untuk *live stream* karena sudah dibuat oleh salah satu tim *Marketing* dari PT. Harapan Maju Indah.

**a. Membuat jadwal live streaming pada E-Commerce PT. Harapan Maju Indah.**

Pada proses pembuatan jadwal *live* untuk beberapa *platform E-Commerce* dari PT. Harapan Maju Indah, penulis diberikan beberapa catatan oleh *supervisor* yaitu Indra Christian guna memaksimalkan audiens yang bergabung pada *live streaming* nantinya. Berikut beberapa catatan yang diberikan untuk proses pembuatan jadwal *live streaming*:

- *Live streaming* berjalan sebanyak 5 hari dalam satu minggu, terdiri dari hari Senin hingga Jumat.
- Hari Senin dan Selasa, sesi *live* berjalan selama kurang lebih 7 jam.
- Hari Kamis dan Jumat, sesi *live* berjalan kurang lebih 6 jam.
- Hari Rabu, sesi *live* berjalan 3 jam saja dikarenakan audiens yang aktif pada hari tersebut dianggap buruk oleh perusahaan.

Dalam proses pembuatan jadwal *live streaming*, penulis melibatkan tim *marketing* untuk berdiskusi jam yang terbaik untuk *live streaming*. Tujuan diskusi itu sendiri untuk menentukan jadwal yang efektif dan sesuai dengan waktu aktif audiens serta tepat pada event promo yang akan berjalan seperti tanggal kembar (2.2) dan *payday sale*.

Jadwal *live* yang sudah dibuat oleh penulis akan dijabarkan pada *google sheet*. Penulis mengirimkan hasil *google sheet* tersebut

kepada *supervisor* yaitu Indra Christian untuk diperiksa terlebih dahulu sebelum diteruskan kepada *host live* nantinya. Jika ada revisi untuk waktu dan penempatan *host live*, penulis akan segera memperbaiki jadwal tersebut.

Jadwal yang sudah mendapatkan persetujuan dari *supervisor* akan diteruskan secara langsung kepada *talent host live*. Jadwal *live streaming* ini dilaksanakan dari bulan Januari minggu ke 2 hingga Mei minggu ke 2.

| Official BIS | Jadwal Live   |               |               |               |               |
|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|              | Senin         | Selasa        | Rabu          | Kamis         | Jumat         |
| Tiktok       | 13.00 - 15.00 | 11.00 - 14.00 | 12.00 - 13.00 | 11.00 - 13.00 | 13.00 - 15.00 |
| Shopee       | 16.00 - 17.30 | 15.00 - 17.00 | 14.00 - 15.00 | 14.00 - 16.00 | 16.00 - 17.30 |

| Petto Agricola | Jadwal Live   |               |               |               |               |
|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                | Senin         | Selasa        | Rabu          | Kamis         | Jumat         |
| Shopee         | 10.00 - 11.00 |               | 09.00 - 10.00 | 09.00 - 10.30 | 09.00 - 10.00 |
| Tiktok         | 09.00 - 10.00 | 09.00 - 10.30 |               |               | 11.00 - 12.00 |

|  |             |
|--|-------------|
|  | Freelance 2 |
|  | Freelance 1 |
|  | Intem       |

Gambar 3.8 Jadwal *Live Streaming*

Sumber: Data Penulis (2024)

### b. Menjadi *Host Live Streaming*.

Penulis diberi tanggung jawab oleh Indra Christian selaku *supervisor* untuk menjadi *talent host live* pada beberapa *platform E-Commerce* PT. Harapan Maju Indah yaitu Shopee dan Tiktok. *Live* yang dijalankan oleh penulis memiliki durasi sekitar 1 hingga 2 jam. Pada event khusus seperti *payday sale* dan tanggal kembar (2.2), sesi *live* yang dijalankan berdurasi 3 hingga 4 jam.

Sesi *live* yang sudah dijadwalkan ada 5 hari yaitu hari Senin hingga Jumat. Namun penulis hanya ditugaskan untuk menjadi *host live* sebanyak 4 hari dalam seminggu.

Sebelum memulai aktivitas *live streaming*, penulis melakukan pengecekan pada ketersediaan produk yang akan dipromosikan

pada *live* dan juga mengatur *set up* untuk *live* agar terlihat lebih menarik pada saat *live* berjalan.



Gambar 3.9 Dokumentasi *Live Streaming*

Sumber: Data Penulis (2024)

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di PT. Harapan Maju Indah sebagai *Social Media Marketing Intern*, penulis mendapatkan sejumlah kendala yang dialami sebagai berikut:

1. Konten yang sudah dirancang oleh penulis belum dapat maksimal karena perusahaan belum melakukan *research* sehingga belum mengetahui target audiens yang sesuai dengan perusahaan PT. Harapan Maju Indah.
2. Sistem kerja di perusahaan sering kali kurang koordinasi yang baik, dimana penulis mendapatkan arahan pekerjaan langsung dari divisi lain tanpa pemberitahuan kepada pembimbing.

### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari hasil kendala yang dialami oleh penulis selama melaksanakan praktik kerja magang di PT. Harapan Maju Indah sebagai *Social Media Marketing Intern*, penulis juga menemukan solusi dari kendala yang dialami oleh penulis sebagai berikut:

1. Penulis melaksanakan *research* pada konten yang sudah diunggah sebelumnya dan juga melihat *content engagement*, sehingga penulis dapat mengetahui konten seperti apa yang dapat menghasilkan *engagement* yang baik dan juga mencari beberapa referensi dan tren konten yang sedang berkembang di media sosial Instagram. Penulis melakukan *brainstorming* dan diskusi dengan tim *marketing* tentang tren dan konten yang sesuai dengan perusahaan. Kegiatan *brainstorming* ini bermanfaat untuk menyesuaikan ide agar hasil konten yang dibuat ini sejalan dengan keinginan dari perusahaan.
2. Penulis berinisiatif untuk memastikan pada pembimbing mengenai arahan pekerjaan yang tidak berasal langsung dari pembimbing. Hal ini penulis lakukan untuk meminimalisir miskomunikasi yang mungkin terjadi karena tidak adanya pemberitahuan kepada pembimbing mengenai tugas tambahan dari divisi lain.

