

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Proses kerja magang yang dilaksanakan di Mandarin Oriental Hotel Jakarta merupakan sebagai Social Media Intern. Social Media Intern merupakan bagian dari Departemen Marketing Communications yang berfokus pada kegiatan media sosial perusahaan. Tugas dari seorang Social Media Intern pada proses kerja magang adalah untuk bertanggung jawab pada keseluruhan aktivitas media sosial *Official* Mandarin Oriental Hotel Jakarta yang ditugaskan secara langsung oleh Marketing Communications Manager. Aktivitas media sosial yang dijalankan adalah pada *platform* media sosial Instagram. Peran utama yang dilakukan adalah untuk membuat *post* konten secara rutin dari *content plan* yang telah dibuat. *Content Plan* merupakan sebuah bentuk perencanaan dan perincian konten-konten media sosial yang mencakup rencana foto dan video yang akan di unggah, *caption* yang telah di buat, tipe unggahan, serta status *review*.

Sebagai Social Media Intern di Mandarin Oriental Hotel Jakarta, juga bertanggung jawab untuk memilih, mengundang, dan membantu pelaksanaan kegiatan kehadiran *Key Opinion Leaders (KOL)* yang bersangkutan dengan kebutuhan promosi hotel maupun restoran hotel di media sosial. Keseluruhan kegiatan tersebut dilaksanakan secara rutin untuk membantu kegiatan promosi hotel melalui media sosial. Selama proses kerja magang berlangsung, sesi diskusi, *brainstorming*, dan *review* dilakukan bersama dengan tim internal Departemen Marketing Communications Mandarin Oriental Hotel Jakarta.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Dengan revolusi industri 4.0 yang semakin berkembang, kegiatan marketing pada suatu perusahaan tidak terlepas dari pemasaran yang dilakukan secara *digital*, salah satunya melalui pemasaran media sosial. Pada saat berlangsungnya proses kerja magang selama 6 bulan sebagai Social Media Intern di Mandarin Oriental Hotel Jakarta berbagai kegiatan yang berhubungan dengan media sosial dilakukan.

Perencanaan pembuatan konten di media sosial Instagram dilakukan dengan membuat *content plan* secara keseluruhan. *Content plan* tersebut mencakup perincian detail tentang konten media sosial pada Instagram yang akan di unggah. Proses pembuatan *content plan* membutuhkan pengetahuan mengenai *brand* Mandarin Oriental Hotel Jakarta serta kemampuan dasar *social media handling*.

Proses kerja magang sebagai Social Media Intern bertanggung jawab pada aktivitas berhubungan dengan para *Key Opinion Leaders* (KOL). *Key Opinion Leaders* merupakan seseorang yang memiliki pengetahuan serta kemampuan pada suatu industri atau bidang. Mandarin Oriental Hotel Jakarta mengundang *Key Opinion Leaders* (KOL) yang fokus pada industri travel dan kuliner secara rutin untuk membantu kegiatan promosi hotel. Aktivitas promosi hotel yang dilakukan oleh para *Key Opinion Leaders* (KOL) yang diundang adalah untuk meliput kamar hotel atau restoran hotel yang sedang ingin di pasarkan. Kegiatan pembuatan perencanaan konten serta di undanginya *Key Opinion Leaders* (KOL).

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang Social Media Intern dalam aktivitas kerja magang di Mandarin Oriental Hotel Jakarta adalah sebagai berikut:

Brainstorming	Proses diskusi bersama tim dan pencarian ide kreatif untuk aktivitas media sosial berdasarkan acara atau kegiatan yang sedang difokuskan oleh perusahaan.
Pembuatan Content Plan dalam Social Media Marketing	Membuat perencanaan ide serta eksekusi pembuatan konten foto maupun video yang akan di unggah ke Instagram
Pembuatan Instagram Post Caption dalam Social Media Marketing	Membuat <i>caption</i> untuk setiap unggahan konten Instagram menggunakan kalimat yang elegan, menarik, dan mampu mempersuasi masyarakat.
Pendistribusian Konten dan Membalas Pesan Instagram	Mengelola akun <i>Official</i> Mandarin Oriental Hotel Jakarta untuk mengunggah konten yang telah dibuat dan menjawab pesan-pesan masyarakat.
Key Opinion Leaders (KOL) Handling	Proses mencari dan mengundang <i>Key Opinion Leaders</i> (KOL) untuk melakukan kolaborasi barter konten promosi hotel melalui media sosial. <i>Key Opinion Leaders</i> (KOL) Handling juga turut menyambut dan menemani <i>Key Opinion Leaders</i>

	(KOL) saat kunjungan ke hotel serta membantu memberikan informasi yang di butuhkan.
--	---

Tabel 3.1 Tugas Utama Social Media Intern

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Proses kerja magang melakukan beberapa jenis pekerjaan seperti pembuatan ide, perencanaan, sampai pada eksekusi. Eksekusi pembuatan konten untuk media sosial serta berinteraksi langsung kepada *Key Opinion Leaders* (KOL) yang di undang melibatkan berbagai pihak di Mandarin oriental Hotel Jakarta. Kegiatan tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *Social Media Handling*.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang Social Media Intern dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

A. Brainstorming

Brainstorming merupakan kegiatan yang penting untuk dilakukan setiap tim pada suatu perusahaan. Kegiatan *brainstorming* memiliki pengertian proses yang dilakukan dengan tujuan untuk menemukan ide-ide baru. Dengan dilakukannya *brainstorming*, diharapkan topik yang dibahas dapat mudah diselesaikan dengan efisien sesuai dengan ide serta pendapat yang diberikan oleh masing-masing anggota yang ikut *brainstorming*.

Tahapan *brainstorming* bersama Departemen Marketing Communications dilakukan secara informal dan santai sehingga masing-masing anggota departemen mampu memberikan tanggapan serta saran dengan nyaman untuk kebutuhan *marketing communications* hotel kegiatan yang sedang ingin dipromosikan dan aktivitas media sosial. Tahapan ini diikuti oleh seluruh anggota pada Departemen Marketing Communications yaitu Marketing Communications Manager, Senior Graphic Designer, Marketing Communications Coordinator, serta Social Media Intern secara rutin. Proses *brainstorming* dilakukan setiap hari Senin sampai dengan hari Jumat pada pukul 09.00 sampai pukul 09.30. Kegiatan ini dilakukan setiap pagi sebelum memulai aktivitas kerja dengan tujuan untuk mengumpulkan ide bersama dan gambaran

saat eksekusi pembuatan materi promosi yang juga mencakup konten-konten yang akan diunggah di media sosial. Tujuannya adalah agar Social Media Intern dapat mampu menjalankan kegiatan pemasaran melalui media sosial sesuai dengan hal yang sedang ingin dipasarkan oleh Mandarin Oriental Hotel Jakarta.

Kegiatan *brainstorming* dipimpin oleh Marketing Communications Manager dengan memberikan garis besar acara atau kegiatan yang ingin dilakukan promosi. Setelah pemberian garis besar tersebut, masing-masing anggota saling memberikan ide dan inti cara eksekusinya. Pada bagian media sosial, acara yang akan berlangsung adalah promosi *valentine dinner buffet*, lalu ide akan diberikan seperti rencana pembuatan Instagram Reels di mana akan terdapat satu pasangan yang sedang menikmati makan malam romantis di salah satu restoran Mandarin Oriental Hotel Jakarta. Dengan diberikannya ide tersebut, keempat anggota saling berdiskusi dan memberikan saran masing-masing agar pada tahapan eksekusi pembuatan Instagram Reels dapat berjalan dengan baik. Hasil kegiatan *brainstorming* yang dilaksanakan adalah Social Media Intern mampu mendapatkan gambaran yang lebih jelas terkait konten foto maupun video yang akan dibuat dan diunggah.



Gambar 3. 1 Kegiatan Brainstorming Departemen Marketing Communications

Sumber: Dokumen Pribadi

Komunikasi yang efektif berpengaruh pada pada tingkat keberhasilan interaksi interpersonal pada kelompok atau instansi yang terdapat di dalamnya. Komunikasi interpersonal tersebut menghasilkan kegiatan *brainstorming*.

Brainstorming bertujuan agar dapat mengumpulkan ide kreatif dari setiap anggota kelompok dalam departemen. Kemampuan komunikasi interpersonal dapat dilibatkan pada kegiatan *brainstorming* untuk bertukar pikiran dan menemukan ide-ide mendalam dan bermakna (Siegel, 2014). Tidak hanya mengumpulkan ide untuk rencana promosi yang akan dilakukan dalam berbagai cara kedepannya, namun juga bertujuan untuk memecahkan suatu permasalahan yang ada. Pengambilan keputusan mengacu pada tindakan dalam memilih di antara alternatif-alternatif yang ada (Galanes & Adams, 2019). Pemecahan masalah dengan pengambilan keputusan berdasar pada proses yang berbeda, namun dapat terselesaikan dengan diskusi pada kegiatan *brainstorming*. Maka, Departemen Marketing Communications Mandarin Oriental Hotel Jakarta melakukan kegiatan *brainstorming* setiap harinya.

Brainstorming yang dilakukan sesuai dengan kegiatan pada pembelajaran sehari-hari di perkuliahan. Berbagai mata kuliah terutama pada mata kuliah yang memiliki tugas-tugas kelompok membutuhkan adanya kegiatan *brainstorming* antar anggota kelompok dalam mendiskusikan tugas dan memecahkan suatu permasalahan. Setiap tugas yang akan dikerjakan membutuhkan adanya kerjasama yang terjadi antar anggota kelompok dengan komunikasi interpersonal dalam kegiatan *brainstorming*. Kegiatan *brainstorming* di perkuliahan dan di kerja magang memiliki kesamaan di mana seluruh anggota saling memberikan idenya masing-masing.

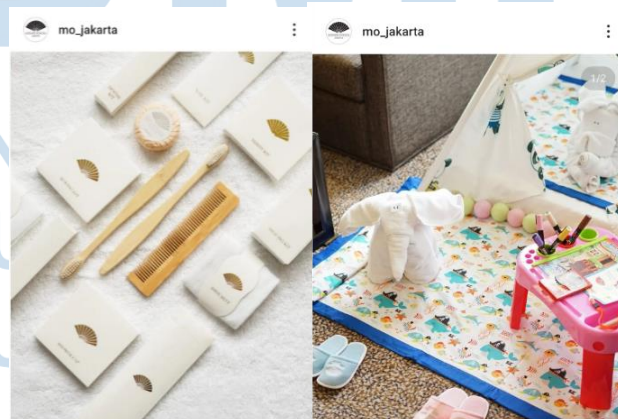
B. Pembuatan Content Plan dalam Social Media Marketing

Content Plan merupakan perencanaan aktivitas unggahan media sosial Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta. Data yang terdapat dalam *content plan* ini mencakup berbagai jenis konten post foto atau video yang akan di unggah di lain harinya. Konten-konten tersebut dibuat secara rutin menggunakan aplikasi *Canva* untuk mengedit foto dan aplikasi *VN* untuk mengedit video sesuai dengan standarisasi Mandarin Oriental Hotel Group. *Content plan* ini diperbaharui setiap harinya karena konten yang dibuat setiap harinya bertambah. Dengan dibuatnya *content plan*, tentu akan mampu

mempermudah berjalannya aktivitas media sosial karena berupa perencanaan konten yang akan diunggah. Sehingga pada saat rencana tanggal pengunggahan konten tiba, Social Media Intern sudah memiliki stok konten yang dapat segera diunggah pada Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta.

Marketing Communications Manager memiliki rencana untuk membuat akun Instagram dari Mandarin Oriental Hotel Jakarta menjadi lebih aktif, maka unggahan Instagram direncanakan untuk mengunggah empat konten yang berbeda setiap minggunya. Salah satu penerapan dari Marketing 4.0 adalah dengan pembuatan konten yang akan diunggah menggunakan media sosial. Setiap konten yang dibuat setiap minggunya dipikirkan secara matang sesuai dengan ide yang telah dicetuskan pada saat kegiatan *brainstorming* yang telah disesuaikan dengan acara yang ingin dipromosikan pada masa tersebut. Setelah membuat ide perencanaan dengan matang, tahapan berikutnya adalah eksekusi pembuatan konten foto maupun video.

Pada pembuatan konten foto, banyak konten yang berupa foto diambil dari album pada platform *outlook* milik Mandarin Oriental Hotel Jakarta hasil berbagai fotografer maupun *Key Opinion Leader* (KOL). Konten foto juga diambil oleh Social Media Intern menggunakan kamera ponsel kantor maupun menggunakan kamera profesional. Setelah menemukan foto yang sesuai dengan kebutuhan yang ingin diunggah, foto tersebut akan dipindahkan ke aplikasi *Canva* untuk melalui proses edit. Proses edit yang dilakukan mencakup penambahan tulisan pada foto serta memperbaiki warna foto agar menjadi lebih nyaman untuk dilihat setelah diunggah.





Gambar 3.2 Tangkapan Layar Unggahan Konten Foto

Sumber: Akun Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta

Pembuatan konten video untuk *Instagram Reels* melewati berbagai tahap. Tahapan utama adalah dengan pembuatan konsep dari ide besar yang dicetuskan pada saat *brainstorming* bersama Departemen Marketing Communications. Pembuatan konsep dari video dibahas bersama dengan Marketing Communications Coordinator secara mendetail, mulai dari cara pengambilan video, alur cerita, suasana keseluruhan video, hingga properti yang akan digunakan. Setelah melewati keseluruhan proses tersebut, proses yang dilakukan berikutnya adalah pembuatan *storyboard*.

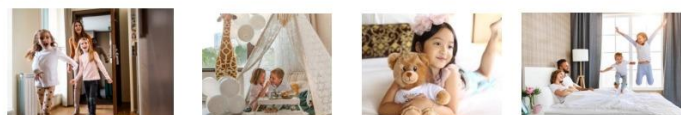
STORYBOARD FAMILY STAYCATION

SCENE 1 - LOBBY



Keluarga turun dari mobil - GR menyambut tamu - Anak naik ke tangga check-in - Check-in process

SCENE 2 - ROOM



Anak berlarian masuk ke kamar - playing at kids tent - kids playing at bed alone & with parents

N U S A N T A R A

STORYBOARD FAMILY STAYCATION

SCENE 3 – KIDS ACTIVITY (TREASURE HUNT)



Kids doing the treasure hunt, getting stamps on every outlet, and free cake

SCENE 4 – POOL



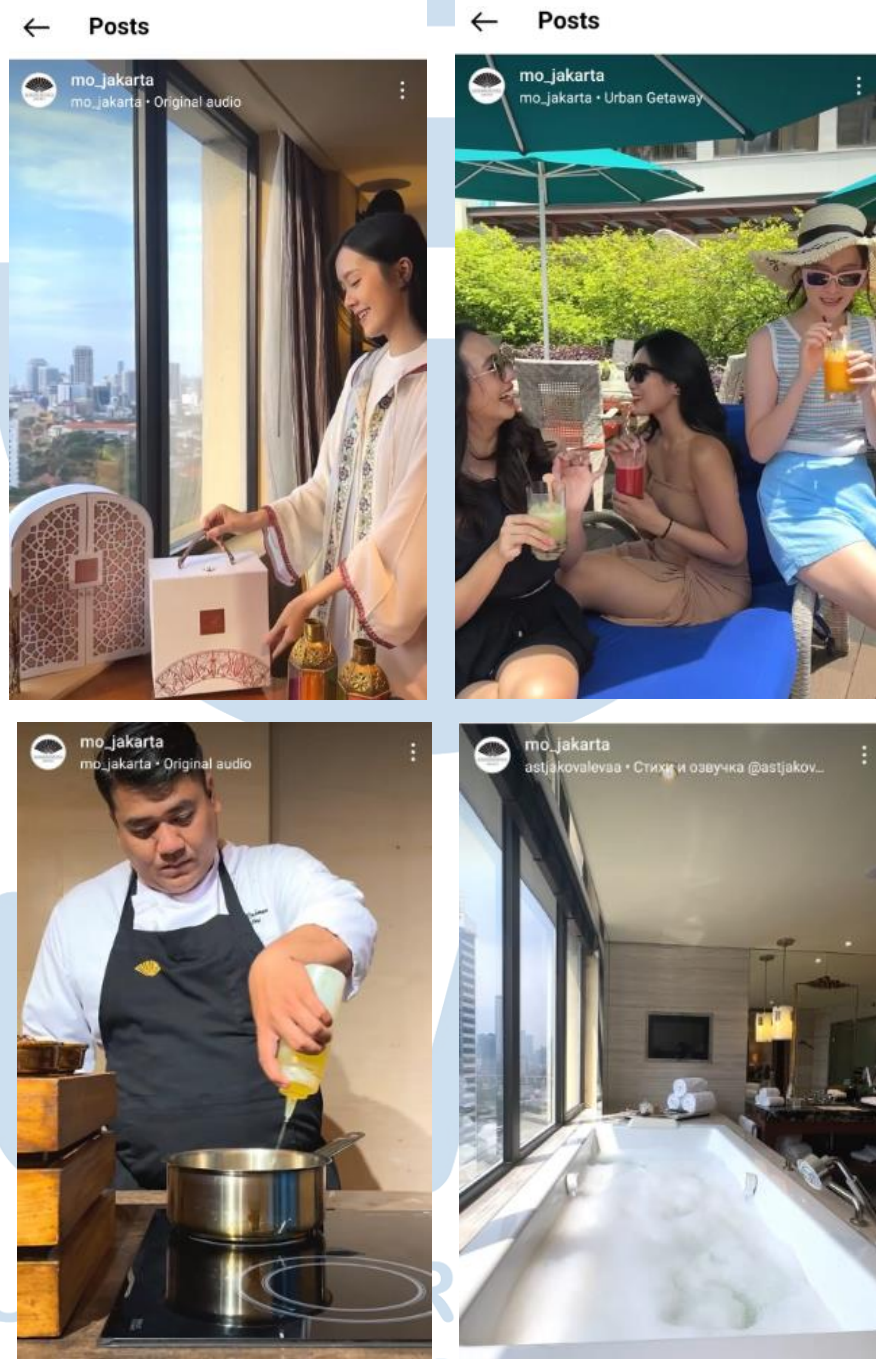
Kids swimming & laying on pool bed

Gambar 3.3 Dokumen *Storyboard* Video

Sumber: Dokumen Departemen Marketing Communications Mandarin Oriental Hotel Jakarta

Storyboard merupakan teks yang visualisasikan agar dapat mendukung gerak, bentuk, dan ekspresi. *Storyboard* adalah bentuk visualisasi dari ide konsep cerita yang mencakup gambar serta penjelasannya. *Storyboard* dibuat dengan mencari foto yang menggambarkan adegan yang akan diambil pada video. Tidak seluruh video Instagram Reels yang diproduksi dibuatkan *storyboard*, video yang membutuhkan *storyboard* biasanya berupa video yang bersifat lebih kompleks. Untuk video-video lainnya, berbagai sumber referensi video dari hotel-hotel lainnya digunakan sebagai gambaran secara umum. Setelah membuat *storyboard* atau mencari referensi video sebagai contoh, tahapan selanjutnya adalah eksekusi pembuatan video. Sesuai dengan tema ataupun acara khusus yang ingin diangkat pada video, keseluruhan klip-klip yang diambil disesuaikan. Pengambilan klip untuk video tersebut diliput menggunakan handphone milik kantor. Pada setiap pengambilan klip, Marketing Communications Coordinator beserta Social Media Intern bekerjasama saling melibatkan satu sama lain untuk mengambil dari sudut terbaik sebagai videografer dan pengarah. Terdapat berbagai perayaan yang

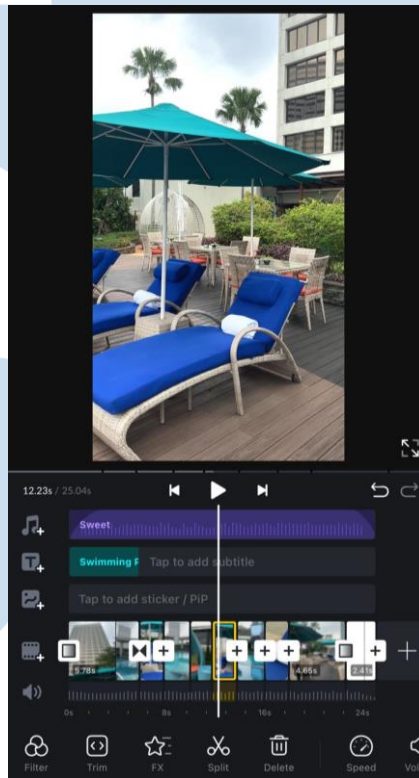
membutuhkan video Instagram Reels sebagai salah satu media promosi, seperti Hari Imlek, Ramadan, *Valentine*, Hari Paskah, dan sebagainya.



Gambar 3.4 Tangkapan Layar Unggahan Konten Video

Sumber: Akun Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta

Tidak hanya sebagai videografer, dalam beberapa kesempatan Social Media Intern juga bertugas sebagai model dalam video untuk meningkatkan kesan estetika dan *lifestyle* pada video yang dibuat. Klip-klip yang diambil kemudian diedit menggunakan aplikasi VN sesuai dengan standar panduan media sosial dari Mandarin Oriental Hotel Group. Panduan tersebut mencakup lagu, estetika, pemilihan jenis tulisan dalam video yang disamaratakan pada keseluruhan properti yang dimiliki Mandarin Oriental Hotel Group. Klip-klip yang telah diedit menggunakan aplikasi VN menjadi video akan diserahkan pada Marketing Communications Manager untuk disetujui atau direvisi bila terdapat kesalahan. Bila sudah disetujui, tahapan selanjutnya adalah dengan memasukkan konten tersebut kepada dokumen *content plan* yang sudah dibuat dirantai dengan tanggal kapan konten tersebut akan diunggah pada Instagram.



Gambar 3.5 Proses Editing Konten Video

Sumber: Aplikasi VN Mandarin Oriental Hotel Jakarta

Kegiatan pemasaran aktif di media sosial merupakan salah satu bentuk penerapan dari Marketing 4.0 karena berbasis media sosial. Marketing 4.0 merupakan bentuk pendekatan pemasaran yang menggabungkan interaksi *online* dan *offline* di antara perusahaan dengan pelanggan (Kotler et al., 2019). Banyaknya wadah media sosial yang tersedia memiliki fungsi dan tujuan berbeda. Instagram dinilai sebagai wadah media sosial yang efektif dalam memasarkan produk atau jasa karena Instagram menyediakan fitur untuk membuat foto maupun video menjadi lebih indah, artistik, dan sempurna. Konten yang telah dibuat dan yang akan diunggah pada akun Instagram tentu harus memiliki tujuan dan target audiens yang sesuai. Perencanaan konten dalam konteks media sosial akan lebih mudah dilakukan bila mengetahui siapa target audiens dan topik konten apa yang ingin dibuat karena tujuan media sosial yang dibuat akan menjadi jelas (Kothand, 2017).

Pembuatan *content plan* Instagram selama proses kerja magang berbeda dengan pembuatan *content plan* yang dibuat pada mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy*. *Content plan* yang dibuat pada mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy* hanya berupa ide judul konten yang akan dibuat dan rencana tanggal pengunggahan konten pada *feed* Instagram, sedangkan *content plan* yang dibuat saat proses kerja magang mencakup hasil nyata konten yang telah dibuat, *caption* unggahan konten, serta tanggal rencana pengunggahan konten ke Instagram *feed*.

C. Pembuatan Instagram Post Caption dalam Social Media Marketing

Tugas dari Social Media Intern Mandarin Oriental Jakarta adalah untuk memfokuskan seluruh pekerjaan yang berbasis media sosial. Sebelum mengunggah konten foto maupun video ke Instagram Feed, tentu harus dibuat *caption*. *Caption* adalah teks yang ditempatkan bersama dengan konten berupa foto ataupun video dengan tujuan sebagai deskripsi informasi singkat tambahan untuk menyampaikan pesan yang melengkapi visualisasi konten. *Caption* yang dibuat wajib untuk mengikuti standar Mandarin Oriental Hotel Group yaitu menggunakan Bahasa Inggris, tidak terkesan terlalu menjual, dan tidak melebihi

30 kata. Standar tersebut dibuat oleh pihak Mandarin Oriental Hotel Group yang berlaku untuk propertinya diseluruh dunia dengan tujuan agar hotel terkesan lebih elegan dan juga agar khalayak mampu lebih mengerti konteks dari foto atau video yang diunggah.

Penggabungan kata yang menjadikannya sebuah kalimat *caption* menggunakan teknik yang disebut sebagai *copywriting*. *Copywriting* merupakan teknik menulis sebagai salah satu cara pemasaran yang bertujuan untuk dapat mempersuasi masyarakat untuk melakukan tindakan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan. *Caption* dengan teknik *copywriting* yang berhasil dikatakan berhasil bila masyarakat yang membacanya tertarik pada konteks yang disampaikan, tanpa menyadari fakta bahwa kalimat tersebut sebenarnya bersifat promosi dan menjual sesuatu (Edwards, 2019). *Caption* dibuat sebelum konten akan diunggah pada *Instagram Feed* yang kemudian akan diserahkan kepada Marketing Communications Manager untuk disetujui sebelum pada akhirnya akan diunggah bersamaan dengan konten foto atau video yang akan diunggah.

mo_jakarta Authentic Cantonese culinary journey to delight your taste buds and nourish your soul, Only at Li Feng Jakarta.

Book now by WhatsApp Hello MO +62 2129938888

#MandarinOrientalJakarta #MandarinOriental #ImAFan

mo_jakarta Celebrate the Year of the Dragon in style with our Royal Hampers. Share the joy, happiness, and indulge in a feast of delightful treats!

Place your order by Whatsapp Hello MO at +62 21 2993 8888

#MandarinOriental #ImAFan #MandarinOrientalJakarta #ChineseNewYearHampers #yearofthedragon

mo_jakarta Escape for a wonderfully blissful Long Weekend Staycation in the heart of Jakarta and enjoy fantastic additional benefits.

For more information, click the link in bio

#MandarinOrientalJakarta #FansOfMO #ImAFan #Staycation #LongWeekend

mo_jakarta Join us for an unparalleled gastronomic adventure, 'Journey to Old Canton,' with Two Michelin Starred Chef Fei from Guangzhou as he brings the rich tapestry of Cantonese flavours to Li Feng.

Visit our bio for more information.

#MandarinOriental #LiFeng #MichelinStarred #ImAFan #MandarinOrientalJakarta

Gambar 3.6 Tangkapan Layar Instagram *Post Caption*

Sumber: Akun Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta

Saat mempelajari mata kuliah *Art, Copywriting & Creative Strategy* pada masa perkuliahan, cara pembuatan *caption* yang baik dan menarik diajarkan. Pembuatan *caption* diharuskan untuk bersifat menarik, informatif, namun tidak terlalu panjang agar perhatian orang yang membaca *caption* tersebut dapat terus terjaga. Pembelajaran pembuatan *caption* pada masa perkuliahan tersebut sesuai dengan cara pembuatan *caption* yang diterapkan di Mandarin Oriental Hotel Jakarta karena secara bersamaan mementingkan *caption* yang menarik dan juga informatif untuk menjelaskan tentang konten media sosial yang diunggah pada Instagram.

D. Pendistribusian Konten dan Membalas Pesan Instagram

Perkembangan teknologi informasi setiap harinya tentu membawa banyak dampak pada kehidupan manusia. Pesatnya perkembangan tersebut turut mempengaruhi cara komunikasi manusia dalam keseharian hidupnya. Bukti nyata dari perkembangan teknologi secara pesat adalah melalui media sosial. Media sosial merupakan sebuah wadah komunikasi sosial yang merupakan pengembangan komunikasi melalui komputer yang memiliki ciri yang berbeda pada setiap *platform*. Media sosial memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan komunikasi karena didukung oleh teknologi yang mampu menjangkau khalayak dengan cepat dan efektif. Media sosial berbasis pada unggahan konten-konten yang dibuat atau dihasilkan oleh pengguna dan pemilik akun media sosial. Mandarin Oriental Hotel Jakarta memiliki akun media sosial Instagram yang secara aktif mendistribusikan konten berupa foto dan video hingga mampu memiliki lebih dari lima puluh delapan ribu pengikut.



Gambar 3.7 Akun Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta

Sumber: Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta, 2024

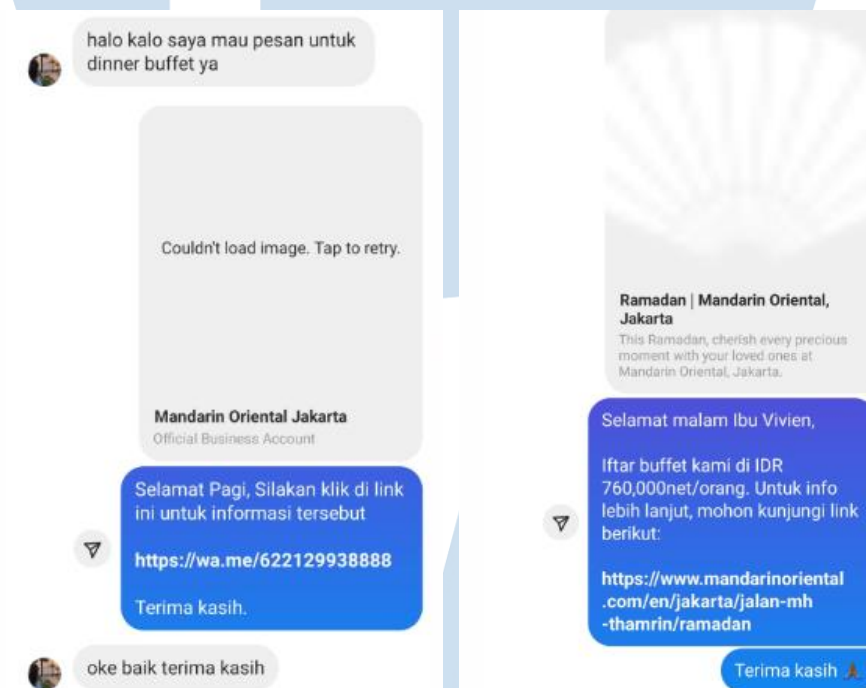
Social Media Intern bertanggungjawab dalam mendistribusikan konten foto maupun video yang telah dibuat serta disiapkan di *content plan*. Seorang pengelola akun media sosial Instagram memiliki beberapa tugas yang wajib dikerjakan secara rutin. Tugas seorang pengelola akun media sosial adalah untuk mengunggah konten-konten berupa foto atau video yang telah dibuat pada tahapan pembuatan *content plan* untuk aktivitas Instagram *Feed*. Sebanyak empat konten video setiap minggunya diunggah sesuai dengan tanggal yang telah ditetapkan. Marketing Communications Manager menetapkan bahwa sebanyak empat konten video untuk diunggah setiap minggunya dengan tujuan agar Instagram dari Mandarin Oriental Hotel Jakarta dapat menjadi lebih aktif dan menarik untuk dilihat khalayak. Feed Instagram Mandarin Oriental Jakarta mencakup konten kamar maupun keseluruhan outlets yang dikemas dengan menarik.



Gambar 3.8 *Feed* Akun Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta

Sumber: Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta, 2024

Tugas lain dari seorang Social Media Intern Mandarin Oriental Hotel Jakarta adalah untuk menanggapi pesan-pesan *Direct Message* khalayak secara aktif. Pada bulan Maret 2024, Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta memiliki total lebih dari 58.000 pengikut. Hal ini tentu secara otomatis membuat banyaknya pesan yang masuk melalui *Direct Message* Instagram. Pesan-pesan yang masuk pada *Direct Message* tersebut berupa berbagai pertanyaan mengenai informasi seputar hotel. Untuk dapat membalas pesan-pesan tersebut dengan akurat, Social Media Intern berkoordinasi dengan Marketing Communications Manager maupun dengan departemen lainnya mengenai informasi yang ditanyakan masyarakat melalui fitur *Direct Message*.



Gambar 3.9 Tangkapan Layar Menjawab Direct Message

Sumber: Akun Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menghasilkan kegiatan komunikasi yang termediasi, salah satunya melalui media sosial. Media sosial menjadi salah satu wadah yang seringkali digunakan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam memasarkan sesuatu. Dengan menggunakan Instagram,

kegiatan media sosial yang dilakukan bertindak sebagai pengenalan perusahaan kepada masyarakat, mulai dari membuat akun hingga memproduksi konten yang relevan sebagai sumber daya bisnis yang kuat (Miller, 2020). Pemasaran melalui Instagram merupakan salah satu cara sebagai bentuk penawaran perusahaan kepada masyarakat yang menjadi targetnya.

Pada masa perkuliahan, tentu mendapatkan kesempatan untuk menjadi pengelola akun media sosial yang dibuat untuk kebutuhan praktik nyata pembelajaran, salah satunya pada mata kuliah *Communication for Sustainable Development* sebagai pengelola akun media sosial pada suatu proyek yang dibuat. Saat menjadi *Social Media Handler*, salah satu tugasnya adalah untuk menanggapi pesan-pesan yang masuk di *Direct Message* Instagram. Pesan-pesan balasan tersebut bersifat informal dan juga santai. Sebagai admin media sosial Mandarin Oriental Jakarta, balasan pesan-pesan yang masuk pada *Direct Message* wajib ditanggapi dengan baku serta profesional. Kegiatan yang dilaksanakan sebagai pengelola akun media sosial Instagram di dunia magang kerja dan di dunia perkuliahan memiliki kesamaan yaitu dilaksanakan secara aktif dan sesuai dengan target pasar.

E. Key Opinion Leaders (KOL) Handling

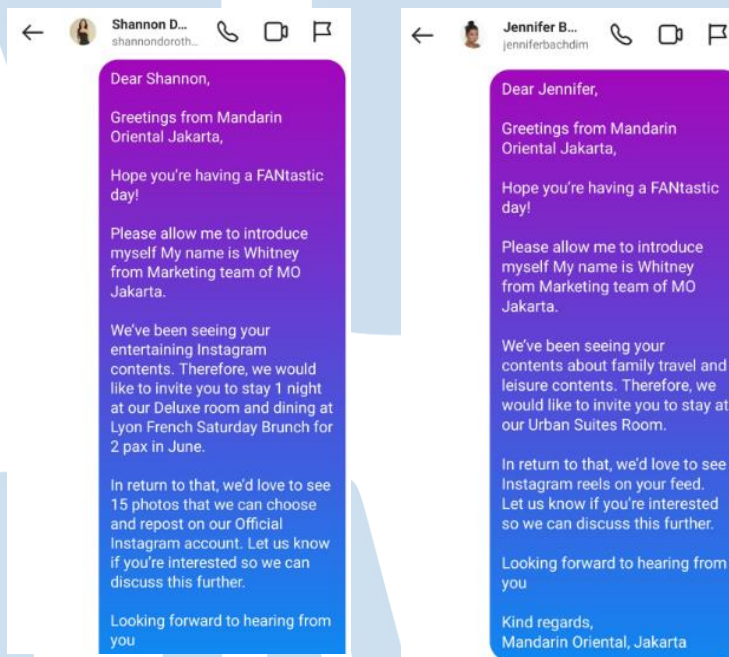
Dalam dunia pemasaran, terdapat klasifikasi yaitu *Marketing Mix 4P*: *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Kegiatan pemasaran yang baik tidak terlepas dari adanya kegiatan komunikasi pemasaran atau *marketing communications*. Sebagai seorang Social Media Intern Mandarin Oriental Hotel Jakarta, kegiatan media sosial yang dilaksanakan tidak hanya berfokus untuk membuat serta mengunggah konten foto maupun video yang telah dibuat, namun juga berfokus pada kegiatan yang melibatkan *Key Opinion Leaders (KOL)*. *Key Opinion Leaders* adalah seseorang yang memiliki kredibilitas pengetahuan atau kemampuan pada suatu bidang yang mampu mempengaruhi pandangan orang lain dalam bertindak pada suatu *platform*. Mandarin Oriental Hotel Jakarta dengan aktif melakukan kegiatan promosi menggunakan *Key Opinion Leaders (KOL)* untuk berbagai tujuan positif.

Tujuan utama dari dilakukannya kerjasama antara Mandarin Oriental Hotel Jakarta dengan para *Key Opinion Leaders* (KOL) adalah untuk meningkatkan kesadaran atau awareness masyarakat terhadap Mandarin Oriental Hotel Jakarta. Para *Key Opinion Leaders* (KOL) yang dipilih umumnya memiliki jumlah audiens yang besar. Dengan diliput dan dibuatnya konten media sosial mengenai restoran maupun kamar milik Mandarin Oriental Hotel Jakarta oleh para *Key Opinion Leaders* (KOL), maka masyarakat luas mampu mendapatkan informasi tentang konten yang dibuat. *Key Opinion Leaders* (KOL) seringkali dianggap oleh masyarakat sebagai seseorang yang kredibel. Maka dari itu, dengan dibuatnya konten media sosial oleh *Key Opinion Leaders* (KOL) akan mampu meningkatkan kredibilitas atau kepercayaan masyarakat terhadap Mandarin Oriental Hotel Jakarta. Dengan adanya kesadaran serta kredibilitas yang tinggi dari masyarakat, hal ini mampu mendorong keputusan pembelian.

Social Media Intern bertanggungjawab untuk mencari *Key Opinion Leaders* (KOL) yang bila dilihat dari akun Instagramnya memiliki pengikut serta jumlah penonton yang baik. Mandarin Oriental Hotel Group memiliki ketentuan baru untuk kolaborasi dengan *Key Opinion Leaders* (KOL) pada media sosial Instagram yaitu wajib memiliki simbol *verified* pada akunnya. Simbol *verified* adalah bentuk yang menunjukkan bahwa akun Instagram tersebut bersifat asli dan resmi sehingga lebih mampu dipercayai kredibilitasnya dibanding akun-akun sejenis lainnya yang tidak memiliki simbol *verified*. Setelah memilih berbagai *Key Opinion Leaders* (KOL) yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku, Social Media Intern mengontak para *Key Opinion Leaders* (KOL) melalui *Direct Message* Instagram. Isi dari pesan yang dikirimkan melalui *Direct Message* tersebut berupa perkenalan diri, penjelasan tentang tawaran kerjasama, serta ajakan untuk kerjasama.

Kerjasama yang dilakukan oleh Mandarin Oriental Hotel Jakarta dengan para *Key Opinion Leaders* (KOL) bersifat barter. Kerjasama barter tersebut mengartikan bahwa penawaran yang diberikan oleh Mandarin Oriental Hotel Jakarta akan dibuatkan konten oleh *Key Opinion Leaders* (KOL) yang

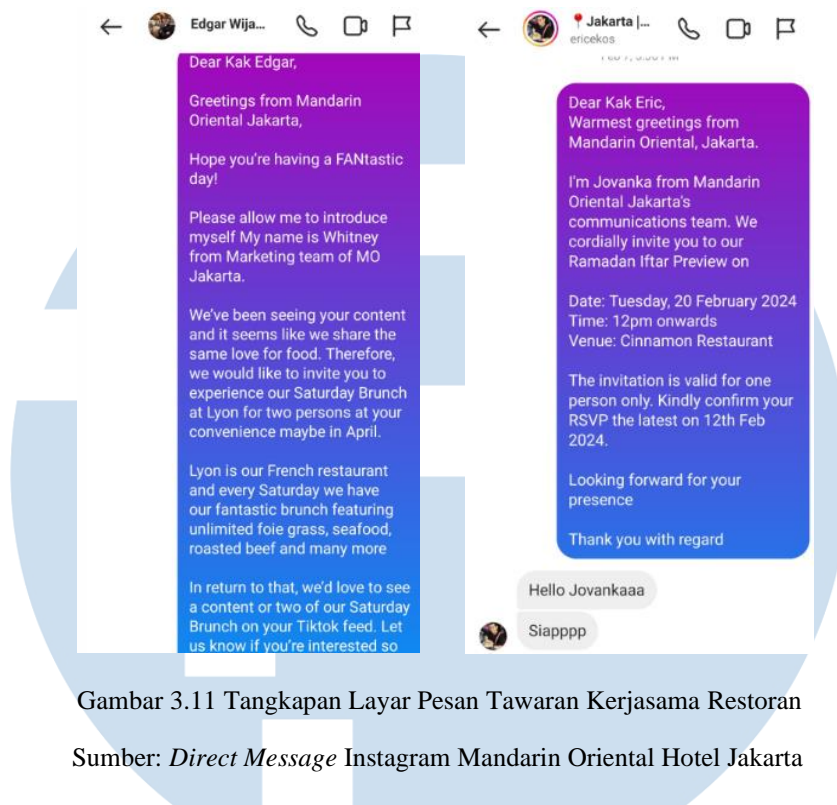
kemudian akan diunggah pada media sosial *Key Opinion Leaders* (KOL) tersebut. Penawaran kerjasama yang dilakukan pada umumnya dilakukan untuk mempromosikan *Saturday Brunch Buffet Lyon*, salah satu paket menu dari restoran milik Mandarin Oriental Hotel Jakarta. Penawaran kerjasama ini secara umumnya memilih *Key Opinion Leaders* (KOL) yang kontennya berupa kuliner yang membuat kerjasama yang dilakukan menjadi relevan. Tidak hanya melakukan kerjasama dengan *Key Opinion Leaders* (KOL) kuliner. Kerjasama juga dilakukan untuk mempromosikan akomodasi penginapan dari kamar Mandarin Oriental Hotel Jakarta dengan *Key Opinion Leaders* (KOL) yang memiliki fokus konten *traveling* dan *hotel reviewer*.



Gambar 3.10 Tangkapan Layar Pesan Tawaran Kerjasama Penginapan

Sumber: *Direct Message* Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

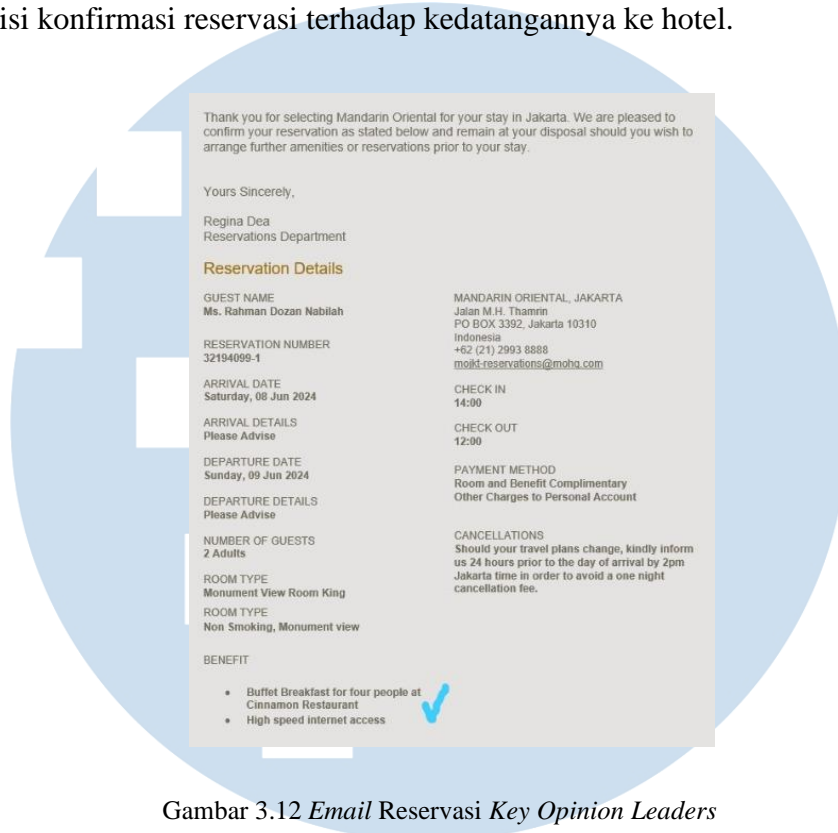


Gambar 3.11 Tangkapan Layar Pesan Tawaran Kerjasama Restoran

Sumber: *Direct Message* Instagram Mandarin Oriental Hotel Jakarta

Key Opinion Leaders (KOL) yang telah menerima penawaran kerjasama yang ditawarkan melalui pesan *Direct Message* yang dikirimkan kemudian akan melalui tahap selanjutnya yaitu diskusi tanggal kedatangan. Saat sudah mendapatkan kesempatan tanggal kedatangan bagi pihak Mandarin Oriental Hotel Jakarta dan *Key Opinion Leaders* (KOL), Social Media Intern membuat reservasi restoran menggunakan dokumen berisi nama, tanggal kedatangan, jumlah orang, serta jam kedatangan *Key Opinion Leaders* (KOL). Dokumen tersebut akan dikirimkan kepada admin Departemen Food & Beverage atau Departemen Room sebagai bukti reservasi untuk keperluan promosi dari Departemen Marketing Communications menggunakan *Key Opinion Leaders* (KOL). Dokumen reservasi tersebut kemudian dikirimkan melalui *e-mail* pada ketua departemen masing-masing. Dua hari sebelum kedatangan *Key Opinion Leaders* (KOL), Social Media Intern mengirimkan *e-mail* kepada ketua departemen sesuai dengan *outlet* yang akan dikunjungi *Key Opinion Leaders* (KOL). Hal ini bertujuan agar departemen yang bertanggungjawab atas pelayanan mampu mempersiapkan berbagai kebutuhan untuk kedatangan *Key*

Opinion Leaders (KOL). Key Opinion Leaders akan menerima email yang berisi konfirmasi reservasi terhadap kedatangannya ke hotel.



Gambar 3.12 *Email Reservasi Key Opinion Leaders*

Sumber: Dokumen Departemen Marketing Communications

Pada hari kedatangan *Key Opinion Leaders* (KOL) ke Mandarin Oriental Hotel Jakarta, Social Media Intern bersama dengan Marketing Communications Coordinator akan menyambut para Key Opinion Leaders (KOL). Tidak hanya itu, Marketing Communications Coordinator beserta Social Media Intern juga berbincang-bincang bersama dengan *Key Opinion Leaders* (KOL). Social Media Intern juga akan membantu *Key Opinion Leaders* (KOL) bila membutuhkan suatu hal yang berhubungan dengan kebutuhan pembuatan konten media sosial. Setelah kunjungan *Key Opinion Leaders* (KOL) selesai, maka Social Media Intern dan Marketing Communications Coordinator akan berterimakasih atas kedatangan dan kesediaan kerjasama antara Mandarin Oriental Hotel Jakarta dengan *Key Opinion Leaders* (KOL) yang bersangkutan.



Gambar 3.13 Tangkapan Layar Unggahan *Key Opinion Leaders* Restoran

Sumber: Akun *Key Opinion Leaders*



Gambar 3.14 Tangkapan Layar Unggahan *Key Opinion Leaders* Penginapan

Sumber: Akun *Key Opinion Leaders*

Marketing communications membuat sebuah perusahaan mampu menunjukkan nilai, tujuan, dan menampilkan kelebihan produk atau jasanya kepada para pemangku kepentingan. Kegiatan *marketing communications* yang dilakukan oleh Mandarin Oriental Hotel Jakarta berfokus pada kegiatan yang mampu diterima pesannya dengan positif bagi para target audiens, salah satu caranya dengan aktif bekerjasama dengan para *Key Opinion Leaders* (KOL) di Instagram. Pemasaran melalui *Key Opinion Leaders* (KOL) mampu menciptakan konten-konten kreatif terhadap *brand* dan mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat luas terhadap konten yang dibuat (Miller, 2020). Perusahaan menggunakan *Key Opinion Leaders* (KOL) sebagai cara pemasaran media sosialnya karena masyarakat melihat *Key Opinion Leaders* (KOL) sebagai sumber persuasif yang tidak dapat diabaikan. Hal ini dapat disebabkan oleh *Key Opinion Leaders* (KOL) memiliki pemaparan media massa yang lebih besar daripada masyarakat yang menjadi pengikutnya (Levin, 2019).

Kegiatan *Key Opinion Leaders* (KOL) *Handling* yang dilaksanakan pada kerja magang pernah dipelajari sebelumnya pada saat kegiatan pembelajaran di perkuliahan pada mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy*. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang membutuhkan adanya pengetahuan dasar mengenai *Key Opinion Leaders* (KOL) dan cara menjalin komunikasi interpersonal yang baik. Pada mata kuliah tersebut, terdapat topik yang membahas tentang kegunaan *Key Opinion Leaders* (KOL) sebagai salah satu cara pemasaran perusahaan. Topik yang dibahas pada mata kuliah tersebut hanya berupa pengetahuan umum tentang *Key Opinion Leaders* (KOL). Tentu saat menjalani kerja magang sebagai Social Media Intern, harus mampu mempelajari *Key Opinion Leaders* (KOL) *Handling* secara menyeluruh karena tugas tersebut merupakan tanggungjawab Social Media Intern. Hal ini membutuhkan adanya penjelasan rinci serta contoh pelaksanaan kegiatan dari Marketing Communications Manager agar kegiatan *Key Opinion Leaders* (KOL) *Handling* dapat dilaksanakan dengan sesuai.

3.2.3 Kendala Utama

Social Media Intern berperan aktif dalam berkoordinasi dengan keseluruhan anggota tim Departemen Marketing Communications dalam hal berdiskusi untuk keperluan media sosial. Dalam menjabarkan proses kerja magang, tentu akan terdapat hal yang menjadi kendala. Kendala dalam proses kerja magang yang dialami merupakan pada bagian *brainstorming* karena praktiknya yang cukup berbeda pada masa perkuliahan. Pada bagian *brainstorming*, setiap anggota diharuskan untuk memberikan ide serta saran untuk kegiatan *marketing communications* yang akan dilakukan, termasuk untuk bagian media sosial, sedangkan pada masa perkuliahan kegiatan *brainstorming* dilakukan secara bebas tanpa adanya tuntutan masing-masing anggota memberikan suatu ide. Kendala yang dirasakan adalah ide-ide yang harus diberikan pada bagian media sosial. Penyesuaian dibutuhkan terhadap cara pembuatan konten media sosial hotel berbintang lima sesuai dengan standar dari Mandarin Oriental Hotel Group. Hal ini menjadi kendala utama karena minimnya pengetahuan terhadap standar media sosial industri perhotelan, penyesuaian perlu dilakukan sesuai dengan standar yang telah dibuat.

Mandarin Oriental Hotel Group memiliki standar unggahan media sosial Instagram untuk diterapkan pada seluruh propertinya yang tersebar diseluruh dunia. Standar tersebut mencakup isi konten media sosial yang diunggah, pemilihan warna, pemilihan jenis tulisan, ukuran konten, dan sebagainya. Pada masa perkuliahan, ide yang berasal dari anggota kelompok saat proses *brainstorming* yang dilaksanakan saat tugas kelompok dilakukan secara bersama-sama sejak awal. Para anggota kelompok saling berunding dan mendiskusikan tugas yang diberikan tanpa adanya standar yang harus dipikirkan. Dalam dunia kerja magang, masing-masing anggota diwajibkan untuk memberikan kontribusi ide matang yang di mana kemudian baru akan didiskusikan bersama. Ide yang diberikan tersebut sudah secara otomatis mengikuti standar media sosial dari Mandarin Oriental Hotel Group. Kendala tersebut dapat terjadi untuk dapat mencetuskan ide yang kelak akan direalisasikan sebagai bentuk konten media sosial, dibutuhkannya pemikiran yang kreatif dan juga sesuai dengan standar Mandarin Oriental Hotel Group. Maka, hal

ini menjadi tantangan bagi Social Media Intern karena untuk mencetuskan sebuah ide, Social Media Intern diharuskan untuk paham dengan standar yang ada.

3.2.4 Solusi

Sebagai seorang Social Media Intern, tentu selama proses kerja magang yang dilaksanakan wajib memiliki sikap yang mudah beradaptasi pada lingkungan baru. Sikap mudah beradaptasi tersebut mencakup adaptasi pada konsep kerja di Departemen Marketing Communications Mandarin Oriental Hotel Jakarta serta adaptasi pada budaya kerja profesional. Social Media Intern harus beradaptasi dalam mengimplementasikan pengetahuan yang telah dipelajari pada masa pembelajaran perkuliahan pada tempat kerja magang sehingga timbul pengetahuan dan penerapan yang sesuai. Dengan bekal pengetahuan yang sudah dipelajari semasa perkuliahan lalu mengimplementasikan dan menyesuaikannya saat melaksanakan kerja magang tentu akan mempermudah kelangsungan kerja magang secara keseluruhan.

Untuk menyelesaikan kendala dalam mencari ide-ide kreatif untuk aktivitas media sosial Instagram, solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut adalah dengan berkonsultasi dengan Marketing Communication Manager untuk meminta penjelasan yang lebih rinci tentang kebutuhan serta citra dari *brand* Mandarin Oriental Hotel Jakarta. Tidak hanya itu, Tujuan dari penjelasan tersebut adalah agar mampu lebih mengerti setiap konten yang akan direncanakan sehingga promosi media sosial yang dilakukan sesuai dengan standar Mandarin Oriental Hotel Group dan mampu mencapai target audiens. Tidak hanya itu, solusi lainnya yang dilakukan juga membaca ulang serta memahami '*Social Media Guidelines*' yang dibuat oleh Mandarin Oriental Hotel Group untuk seluruh properti yang berada di bawahnya sehingga konten yang dibuat menjadi lebih terarah dan sesuai.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A