

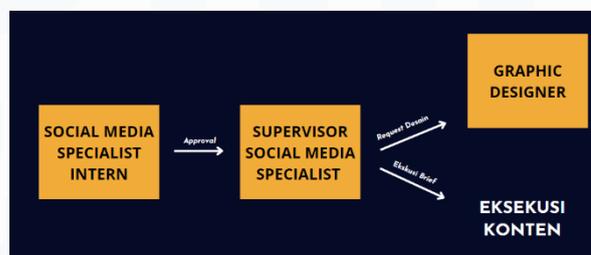
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Divisi Social Media Specialist adalah kedudukan yang ditangani dalam praktik kerja magang di PT Qeon Interactive. Prkaktik magang ini dilaksanakan secara WFO (*Work From Office*) dan WFH (*Work From House*). Praktik Magang sebagai Divisi Social Media Specialist yang dilakukan adalah menangani *platform* media social Instagram @rrq_mabar dan TikTok @teamrrq mulai dari pembuatan konten di *feeds* Instagram, pembuatan *story* Instagram, *mirroring* konten TikTok dan menyusun *brief* serta *caption* untuk konten di media sosial. Faishal Bil Faqih selaku penanggung jawab media sosial @rrq_mabar membimbing dalam praktik kerja magang ini agar memastikan konten yang direncanakan atau dibuat tereksekusi dengan baik, memastikan media sosial yang dipercayakan selama praktik magang ini ditangani dengan baik.

Bentuk koordinasi selama praktik magang dalam pembuatan konten dilakukan secara langsung di kantor dan juga melalui WhatsApp bila praktik magang sedang dilaksanakan secara *online*. Selain bekerja sama dengan pembimbing media sosial, Team Graphic Designer juga mengambil peran dalam koordinasi perihal visual untuk konten, *cover* untuk konten, dan elemen desain lainnya yang sudah dituliskan ke dalam *brief*. Sebelum pengajuan *brief* ke Graphic Designer, tentunya harus melalui proses *approval brief* ke pembimbing praktik magang agar konten yang akan dibuat dapat tereksekusi dengan baik.



Gambar 3.1 Alur Koordinasi Praktik Magang

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Yang Dilakukan

Tugas utama yang dilakukan dalam praktik kerja magang ini adalah sebagai Social Media Specialist yaitu menangani media sosial dengan mengelola konten pada media sosial Instagram @rrq_mabar dan TikTok @teamrrq. Selain itu tugas yang dilakukan dalam praktik magang ini adalah melakukan *live reports* saat ada *event* yang berlangsung di kantor ataupun di luar kantor melalui Instagram dalam praktik magang menjadi seorang Social Media Specialist juga mengharuskan adanya interaksi dengan audiens, melalui komentar pada postingan konten ataupun pada *direct message* yang ada di media sosial. Berikut ini, terlampir tugas–tugas yang dilakukan selama praktik kerja magang sebagai Social Media Specialist di RRQ MABAR/

Proses Pekerjaan	Jenis Pekerjaan	Aktivitas	Waktu, 2024															
			Februari			Maret				April				Mei				
			1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Pra produksi	<i>Brainstorming</i> Konten	Menentukan konsep	■	■		■	■	■		■	■	■		■	■	■		
		Mencari referensi	■		■	■	■		■	■	■		■	■	■	■		
	Pembuatan <i>Brief</i> konten		■	■		■	■	■		■	■	■		■	■	■		
Produksi	Produksi konten	<i>Take Content</i>	■	■		■	■	■		■	■	■		■	■	■		
Pasca produksi	Interaksi dengan audiens media sosial		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	

Tabel 3.1 Lini Masa Praktik Kerja Magang

3.2.2 Uraian Praktik Magang

Berikut adalah tugas yang dikerjakan selama praktik kerja magang berlangsung:

3.2.2.1 Social Media Management

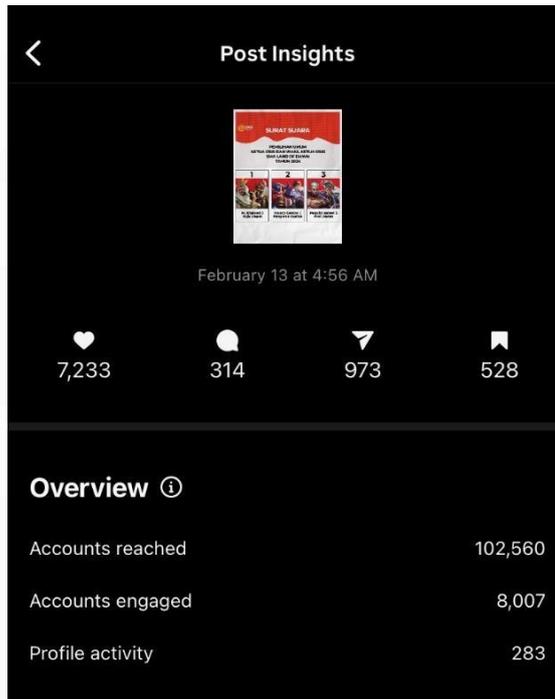
Pengelolaan media sosial pada RRQ MABAR di memiliki fungsi sebagai pemasaran, *entertainment*, dan *customer relation* dalam bentuk konten yang di unggah di Instagram maupun TikTok. Manajemen media sosial adalah proses strategis yang melibatkan perencanaan, pembuatan, penerbitan, dan analisis konten di berbagai platform media sosial untuk mencapai tujuan pemasaran, promosi, dan hiburan. Dalam pemasaran, tujuan manajemen media sosial adalah untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik audiens baru, dan membangun hubungan dengan audiens melalui konten yang relevan dan menarik. Jenis konten yang dapat diunggah termasuk gambar, video, artikel, infografis, dan format lainnya yang dapat menarik perhatian dan mendorong interaksi. Promosi menggunakan media sosial pada RRQ MABAR untuk mempromosikan *event* yang sedang diselenggarakan dan promo-promo produk *top up game*. Menurut Gunelius *Marketing* sosial adalah jenis pemasaran langsung atau tidak langsung yang dilakukan melalui alat web sosial untuk meningkatkan kesadaran, pengakuan, dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, individu, atau entitas lain (Damayanti, 2021). Media sosial RRQ MABAR juga digunakan sebagai sarana hiburan untuk menghibur audiens dan untuk mewujudkan adanya interaksi anatara audiens dan perusahaan konten ini dapat berupa video lucu, meme, dan konten interaktif lainnya untuk meningkatkan keterlibatan audiens dalam konten. Fungsi media sosial menurut (Bulele, 2020) adalah media sosial tidak lagi berfungsi sebagai media untuk penyampaian pesan pada yang jauh, media sosial kini juga telah menjadi media untuk hiburan, bersosialisasi, menentukan *lifestyle*, media untuk bisnis, sampai media pendidikan.

Pada praktik magang ini konten yang dibuat memiliki fungsi untuk promosi mengenai *event*. Mayoritas konten yang dipublish berupa *reels* atau video, tidak jarang juga video ini mengandung promosi secara *soft selling*. Tidak hanya konten promosi, dalam praktik magang ini juga terdapat produksi konten hiburan, berupa gambar dan memungkinkan audiens untuk berinteraksi didalamnya. Tentunya setiap konten yang dipost akan memiliki *insight* yang berbeda – beda. Dengan *insight*, kita akan tahu lebih rinci dan dalam mengenai karakteristik dari *campaign* atau promosi yang kita lakukan atau posting di Instagram (Pramudita, 2020)



(Sumber, Instagram @rrq_mabar, 2024)

Gambar 3.1 Konten interaktif PEMILU



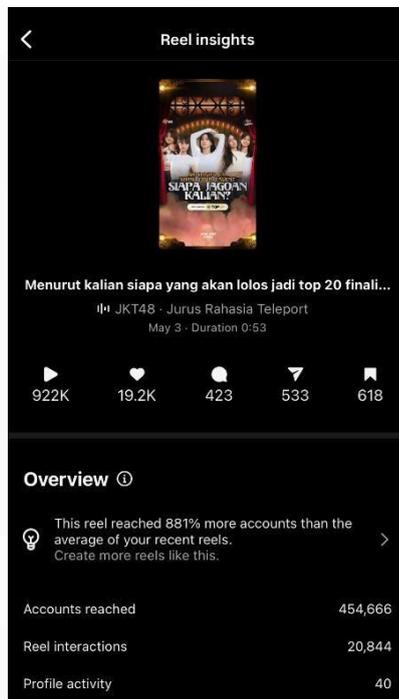
(Sumber, Instagram @rrq_mabar, 2024)

Gambar 3.2 *Insight* konten interaktif PEMILU



(Sumber, Instagram @rrq_mabar, 2024)

Gambar 3.3 Konten rangkaian *event* RRQ MABAR



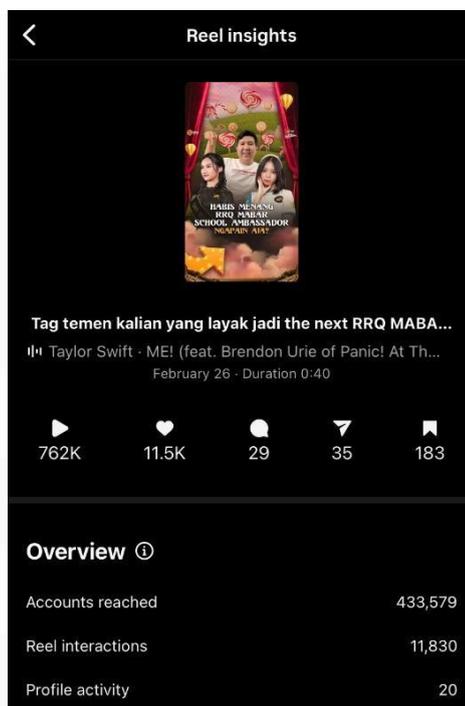
(Sumber, Instagram @rrq_mabar, 2024)

Gambar 3.4 *Insight* konten rangkaian *event* RRQ MABAR



(Sumber, Instagram @rrq_mabar, 2024)

Gambar 3.5 Konten Promosi *event* RRQ MABAR



(Sumber, Instagram @rrq_mabar, 2024)

Gambar 3.6 *Insight* Konten Promosi *event* RRQ MABAR

3.2.2.2 *Brainstorming* konten

Dalam proses pembuatan konten, proses *brainstorming* adalah langkah awal penting untuk menghasilkan ide-ide segar dan kreatif. Pada tahap ini, sebuah kelompok atau individu akan melakukan diskusi bebas untuk mengumpulkan ide-ide yang relevan dengan materi yang akan dibuat. Tujuan dilakukannya *brainstorming* adalah untuk menghasilkan beragam ide konten yang menarik, dan relevan bagi audiens (Adeo, 2024). Untuk memastikan bahwa tidak ada ide yang terlewatkan, semua ide harus dicatat selama proses ini. Setelah proses *brainstorming* selesai, ide-ide kemudian disaring dan dinilai berdasarkan relevansi, unik untuk audiens, dan kemungkinan untuk implementasi ide ke dalam konten. Proses ini membantu dalam menentukan hasil yang paling menarik dan efektif untuk konten yang akan dibuat, serta memastikan bahwa tim

memiliki banyak ide kreatif untuk dipikirkan sebelum membuat konsep akhir.

Dalam praktik magang ini, sebagai Social Media Specialist Intern akan diajak berdiskusi dengan Social Media Specialist Officer mengenai konten yang akan dibuat. Diskusi dilakukan untuk menghasilkan ide, *angle*, dan topik yang menarik serta relevan bagi audiens media sosial kita. Semua ide yang muncul akan dicatat dan dipilih sesuai dengan relevansi pada audiens, dan memungkinkan untuk di *take* atau tidak. Bentuk konten yang akan dipost juga termasuk ke dalam diskusi *brainstorming* ini, apakah konten berupa *carousel*, berupa video *reels* atau story dan konten interaktif. Setelah melakukan *brainstorming* maka selanjutnya akan masuk ke tahap pembuatan *brief* untuk ide konten yang sudah di *approve*.

3.2.2.3 Pembuatan *Brief* Konten

Tugas yang dilakukan dalam praktik magang ini *brainstorming* adalah membuat *brief* konten yang akan di. Pada praktik magang ini pembuatan *brief* konten ini dibuat menggunakan Google Docs yang nanti akan di *review* oleh Social Media Specialist Officer. *Brief* konten adalah dokumen yang berisikan semua informasi yang diperlukan seorang kreator konten untuk membuat strategi konten (Gaspar, 2020). Fungsi dari *brief* konten sendiri dibuat untuk menjelaskan konten yang akan dibuat, mulai dari elemen – elemen yang ada didalamnya seperti, judul, *talent* dan elemen lainnya yang ada didalam konten. *Brief* konten adalah dokumen yang berfungsi sebagai referensi untuk merencanakan strategi konten. *Brief* konten berfungsi meminimalisir atau menghindari revisi saat membuat konten dan juga membantu fokus pada informasi apa saja yang harus disampaikan dalam konten media sosial (Jamison, 2021).

Konsep komunikasi yang diterapkan pada pembuatan *brief* adalah *copywriting*. *Copywriting* bertujuan untuk menciptakan pesan berupa teks yang menarik bagi audiens. Pesan yang disampaikan harus jelas sesuai dengan ide konten yang telah didiskusikan. Pada proses ini dibutuhkan kreativitas untuk merangkai teks yang dimasukkan ke dalam konten, berikut adalah contoh brief dan hasil konten yang telah dibuat sesuai brief.

BRIEF DESAIN KONTEN PEMILU RRQ MABAR

1. Deadline [Tanggal Tenggat]: 13 Februari 2023 (17.00 WIB)
2. Brief Desain [Penjelasan Brief]:
 - Slide 1:
 - 2024 Pilih ketua OSIS SMA Land of Dawn

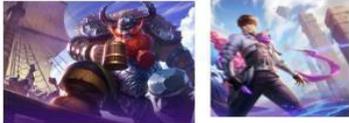


- Kertas Suara dengan logo RRQ
- Foto hero paslon presiden (1,2,3) Land of Dawn
- "PEMILIHAN UMUM KETUA OSIS DAN WAKIL KETUA OSIS SMA LAND OF DOWN TAHUN 2024"

Paslon 1 (M. Khaleed & Kaja Slepet)



Paslon 2 (Franco Gemoy & Pangeran Gusion)



Paslon 3 (Paquito satset & Prof. Natan)




Gambar 3.7 *Brief* konten PEMILU dan Konten PEMILU

Paslon 1

- Paslon 1 -> Masukin foto paslon 1
- Tambahkan nama Hero Paslon (M. Khaleed & Kaja Slepjet)
- Tambahkan Janji kampanye dan Tagline
- Janji Kampanye:
 - Semua role terisi dengan benar saat pick hero dan S5 tidak harus jadi TANK!
 - Tagline: "Maju! Kita menang, atau kita Mati!"



Gambar 3.8 *Brief* konten PEMILU dan Konten PEMILU

3.2.2.4 Produksi Konten

Produksi konten adalah proses realisasi dari hasil *brainstorming* konten sesuai dengan *brief* yang sudah dibuat. Tahapan untuk memproduksi konten di media sosial pada umumnya sama, melalui tiga tahapan, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Isi dan medianya yang menjadi pembeda. Ada yang berupa video yang ditayangkan di Instagram dan Youtube (Thifalia, 2021).

Produksi konten ini dimulai dari tahap pra produksi dimana ini merupakan tahap awal yang melibatkan perencanaan dan pengembangan ide, proses *brainstorming* dan pembuatan *brief* masuk kedalam tahap pra-produksi ini. Selanjutnya masuk kedalam produksi konten dimana ide yang sudah dibuat dan dirancang di realisasikan, pada tahap ini perekaman video, pengambilan gambar/foto, atau pembuatan desain yang sudah di *brief* dilakukan. Selama proses produksi konten, semua yang terlibat harus memastikan bahwa semua elemen yang ada di dalam konten

berfungsi dengan baik seperti audio, kualitas video, dan script yang dibuat telah sesuai. Tahap terakhir adalah pasca produksi pada tahap ini merupakan proses *finishing* konten yang sudah di *take*, editor akan mengedit video atau gambar yang sudah diambil dan melakukan evaluasi terhadap konten yang sudah diedit sebelum konten mulai diunggah ke media sosial.

3.2.2.5 Interaksi dengan audiens media sosial

Interaksi di media sosial sangat penting untuk membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan pengikut. Sebuah *brand* dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas dengan berinteraksi secara aktif untuk menunjukkan bahwa mereka peduli dan menanggapi kebutuhan dan pertanyaan konsumen. Selain itu, *brand* dapat memperoleh umpan balik langsung dari konsumen mengenai barang atau jasa yang mereka tawarkan melalui interaksi yang terus-menerus, yang membantu perbaikan dan pengembangan. Selain itu, hal ini memungkinkan merek untuk mengetahui tren dan preferensi pasar secara *real-time*, yang memungkinkan mereka untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan lebih efisien. Oleh karena itu, membangun hubungan dua arah yang aktif dan akurat dengan audiens di media sosial adalah bagian penting dari strategi pemasaran.

Interaksi dengan audiens biasanya dilakukan melalui kolom komentar postingan, dengan membalas komentar para pengikut. Tidak hanya melalui kolom komentar tapi interaksi dapat juga dilakukan melalui Instagram *stories* menggunakan fitur interaktif yang ada. *direct message* juga dapat menjadi alat untuk melakukan interaksi dengan pengikut. Karena tidak sedikit pengikut yang mengirimkan saran ataupun pesan melalui *direct message* di media sosial. Karena pentingnya interaksi dengan pengikut, dibutuhkan konten interaktif yang beberapa kali diposting untuk meningkatkan interaksi antara

brand dengan pengikut. Sangat penting bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka, dan sudah banyak perusahaan yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi. Instagram memiliki banyak fitur yang dapat memberikan pengaruh dan interaksi pada konsumen, salah satunya adalah Instagram *Stories* (Watajdid, 2021).

3.3 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan dalam praktik magang sebagai Social Media Specialist adalah:

1. Jadwal *posting* konten dapat berubah dari yang sudah dijadwalkan karena adanya revisi dan perubahan atau permintaan tambahan dadakan dari atasan untuk konten yang sudah disiapkan. Hal ini menyebabkan jadwal postingan konten dapat mundur.
2. Munculnya jadwal dadakan di tengah *timeline* media sosial karena adanya kolaborasi dengan *brand* lain secara dadakan oleh perusahaan, serta adanya sponsor baru untuk *team esport* yang masuk sehingga tingkat aktivitas di luar kantor seperti *School Roadshow* dan produksi konten meningkat secara mendadak.
3. Konten yang dibuat cenderung harus mengikuti *trend* yang ada dan berupa *reels* karena permintaan dari atasan yang membuat kurangnya unsur keunikan dalam pembuatan konten.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan beberapa kendala saat menjalankan praktik kerja magang sebagai Social Media Specialist di atas, adapun solusi yang muncul untuk mengatasi kendala tersebut, yaitu:

1. Pada praktik kerja magang ini, pembuatan konten dilakukan semaksimal mungkin dengan *brief* sejelas-jelasnya untuk meminimalisir akan adanya revisi, serta melakukan *double check* bersama *supervisor* supaya menghindari adanya permintaan tambahan di tengah – tengah jadwal

posting konten. Bila terjadi adanya revisi dan permintaan baru maka konten memiliki jadwal *posting* paling dekat akan diprioritaskan.

2. Pada praktik kerja magang ini, bank konten harus diisi dan dikumpulkan sebanyak mungkin agar bila terjadi hal dadakan Social Media Specialist tidak kewalahan karena sudah menyediakan referensi untuk konten dadakan tersebut, dan tentunya pada praktik magang ini *time management* diperlukan untuk mengelola waktu *posting*, *editing*, dan *take* konten.
3. Pada praktik kerja magang ini, dilakukan inisiatif untuk menyarankan konten dengan ide kreatif yang tidak harus mengikuti *trend* tapi memungkinkan untuk menjadi sebuah *trend*. Hal ini tentunya melalui tahap diskusi dengan *supervisor* dan atasan untuk menghasilkan konten yang unik dan kreatif.