

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

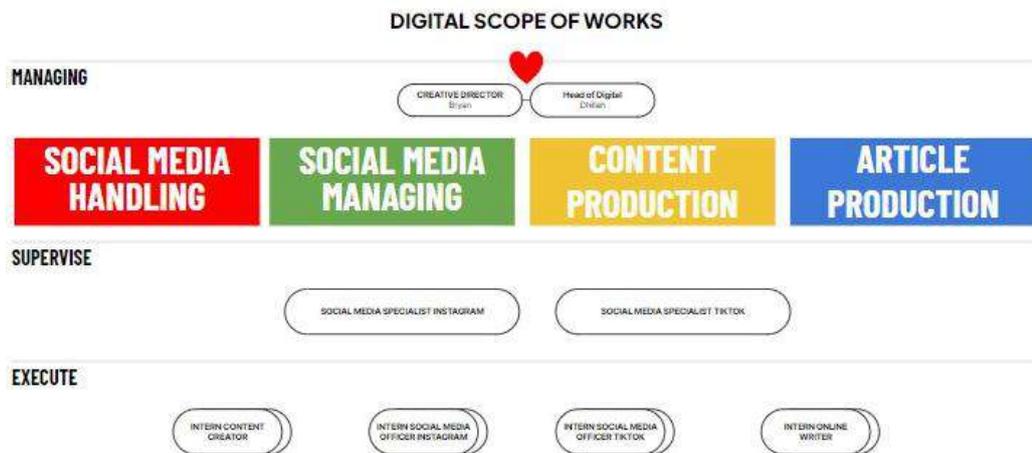
Kegiatan magang menjadi sebuah pengalaman yang berharga khususnya bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Kegiatan magang ini dapat membuat mahasiswa memahami dunia kerja dan keahliannya masing-masing. Selama proses praktik kerja magang ini, mahasiswa dapat mempersiapkan diri dan merasakan secara langsung mengenai gambaran secara jelas mengenai kegiatan dalam bidang tertentu, sekaligus memperoleh pemahaman tentang standar kompetensi yang dapat dijadikan peluang di dunia kerja nantinya.

Cretivox Broadcasting Networks memberikan kesempatan magang kembali kepada penulis dengan posisi sebagai Social Media Officer pada departement digital. Praktik kerja magang dilakukan dengan sistem Work from Office selama 5 hari dengan jam kerja 8.30 – 17.30. Pada kesempatan kedua ini, penulis dapat mengeksplor cara kerja sebuah media dalam membuat sebuah kampanye digital pada suatu program, yaitu Cretivox Internship Experience.

Pada departement digital di Cretivox, Social Media Officer akan berkoordinasi langsung dengan Creative Director, Head of Digital, dan full-time Social Media Officer Instagram dan TikTok, serta dalam proses kerjanya, Social Media Officer akan dibantu oleh Graphic Designer, Editor, dan tim Production untuk membantu kelancaran konten yang diperlukan pada Instagram @cretivox.intern. Dalam proses magang ini, penulis ditugaskan untuk mengembangkan Instagram IP Cretivox, yaitu @cretivox.intern dan membuat konsep, serta mengelola rangkaian acara untuk program Cretivox Internship Experience *batch* selanjutnya dan membuat kampanye digital untuk program Cretivox Internship Experience.

Alur kerja dari Social Media Officer di Cretivox dimulai dengan penulis melakukan brainstorming dengan tim yang telah dibuat untuk program Cretivox Internship Experience, kemudian penulis menciptakan ide dan membuatnya dalam satu deck, setelah menyusun dalam sebuah deck, kemudian penulis melakukan

presentasi kepada Cretivox Director dan akan diberikan revisi serta *approval* untuk melanjutkan ke tahap *developing* konten dan eksekusi konten.



Gambar 3.1 *Departement Digital Scope of Works*

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, terdapat alur kerja dalam proses pembuatan konten, yaitu dalam pembuatan konten Instagram Feeds, Social Media Officer berkejasama dengan Graphic Designer untuk penyediaan konten *visual*, untuk langkah selanjutnya akan mendapatkan approval dari social media specialist Instagram dan Head of Digital, dan kemudian dibantu di *supervisor* kembali oleh Creative Director.

Dalam pembuatan konten video, penulis bekerjasama dengan divisi Production dan Editor untuk menghasilkan output video yang nantinya akan dimintai approval dari Cretivox Director.

Segala bentuk produksi konten dimulai dari brainstorming dengan melakukan pengumpulan ide, kemudian dilanjutkan dengan pengembangan konsep, dan kemudian penulis akan membuat *brief* dan *copy content*, yang selanjutnya dibantu eksekusi oleh Graphic Designer, Production, dan Editor.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalankan proses praktik kerja magang sebagai Social Media Officer, penulis mendapatkan pengetahuan langsung mengenai beberapa mata kuliah yang diajarkan saat masa perkuliahan. Penulis dapat mengimplementasikan mata kuliah *Social Media and Mobile Marketing*, dan *Art, Copywriting and Creative Strategy*. Ketiga mata kuliah tersebut menjadi pembekelan bagi penulis, karena selama praktik kerja magang, seluruh proses pengembangan ide yang kreatif, serta pembuatan konten yang menarik menjadi hal penting dalam membuat konten-konten yang relevan dengan audiens dari Cretivox.

Pada proses kerja magang ini, penulis diberikan kesempatan untuk memegang proyek pada IP Cretivox Internship Experience dan bertugas untuk membuat konten yang berhubungan dengan pengalaman magang di Cretivox pada akun media sosial Instagram @cretivox.intern dan menjalankan konten untuk keperluan campaign Cretivox Internship Experience pada Instagram dan TikTok @cretivox.



Tabel 3.1 Linimasa Praktik Kerja Magang

Konsep Magang	Aktivitas	Uraian Kerja	Waktu																			
			Aug				Sep				Okt				Nov				Des			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2		
Social Media Officer	Research, Brainstorming, Ideation	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan brainstorming mengenai proyek dari program Cretivox Internship Experience Mengembangkan ide untuk konten yang akan diunggah pada Instagram Cretivox Intern Membuat rancangan visual untuk Instagram Cretivox Intern. 																				
	Decking	<ol style="list-style-type: none"> Membuat deck untuk konsep dan konten-konten yang akan di eksekusi. Membuat visual sketching untuk Instagram Cretivox Intern. 																				
	Content Planning	<ol style="list-style-type: none"> Membuat editorial plan dalam bentuk deck yang berisi content planning dan content calender. Mempersiapkan segala asset baik foto maupun video untuk memudahkan dalam pembuatan konten. 																				
	Content Writing	<ol style="list-style-type: none"> Membuat copy content untuk setiap postingan yang akan diunggah Membuat caption sesuai dengan postingan yang diunggah. 																				
	Pre-Production	<ol style="list-style-type: none"> Mempersiapkan segala rencana dalam pembuatan konten, mulai dari teknis hingga kreatif. Menyiapkan storyboard, wardrobe, jadwal, dan lainnya 																				
	Production/ Execution	<ol style="list-style-type: none"> Proses produksi pembuatan konten sesuai dengan yang susah di persiapan Melakukan proses pengeditan konten. 																				
	Posting & Evaluation	<ol style="list-style-type: none"> Mengunggah konten sesuai dengan timeline yang sudah ditentukan Melakukan evaluasi melalui Insight Instagram dan mengimplentasikannya pada konten selanjutnya. 																				

Sumber: Olahan penulis

Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis diberikan kepercayaan oleh CEO, Creative Director, dan Head of Digital untuk menjadi Social Media Officer yang membantu dalam menjalankan Instagram @cretivox.intern beserta jalannya Cretivox Internship Experience agar dapat terlaksana dengan lancar dan audiens dapat merasakan awareness yang di dapat melalui Instagram

@cretivox.intern. Dalam prosesnya, penulis menggunakan model SMART (*Specific, Measurable, Achivable, Relevant, Time-bound*) untuk memastikan tujuan yang jelas, yaitu meningkatkan kesadaran audiens terhadap adanya program Cretivox Intern dan memastikan tujuan dapat terukur melalui konten-konten yang akan diunggah (Lee, 2019). Kemudian, penulis juga mengimplementasikan proses *Integrated Marketing Communication* yang dilakukan melalui *Storytelling* dalam pembuatan konten video yang dibuat untuk mempromosikan para anak magang dan menarik audiens untuk mengikuti *Cretivox Internship Experience*.

1) *Specific*

Mengenalkan Instagram @cretivox.intern dan meningkatkan kesadaran pada generasi Z yang tertarik untuk bekerja di Cretivox. Fokus utamanya adalah untuk memberikan informasi mengenai program Cretivox Internship Experience.

2) *Measurable*

Meningkatkan kesadaran, followers, serta engagement dengan melihat keaktifan audiens dalam kurun waktu dari bulan Agustus 2024 hingga November 2024

3) *Achievable*

Meningkatkan followers hingga 1.000 melalui konten-konten yang telah diunggah dan dilakukan collaboration post pada akun @cretivox.

4) *Relevant*

Konten-konten ini dibuat dengan tujuan untuk membangun kesadaran dan membuka kesempatan bagi para audiens untuk mencoba mengikuti program Cretivox Internship Experience

5) *Time-bound*

Aktivitas pada Instagram akan dilakukan selama kurang lebih 3 bulan, mulai dari bulan Agustus 2024 hingga November 2024, sehingga ada kerangka dan susunan waktu yang jelas untuk pelaksanaan serta evaluasi terhadap konten.

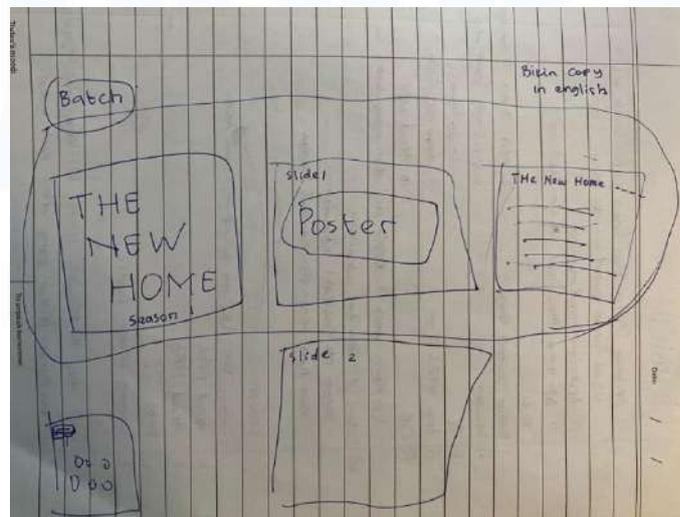
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam praktik kerja magang di Cretivox, adapun uraian tugas yang dilakukan oleh penulis, yaitu sebagai Social Media Officer. Terdapat beberapa aktivitas yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1) *Research, Brainstorming, dan Ideation*

Pada pelaksanaan *research* dan *brainstorming*, segala perencanaan ide konten biasanya akan dilakukan melalui sesi *brainstorming non-formal* secara tatap muka. *Brainstorming* biasa dilakukan dengan melakukan diskusi antara tim digital dan tim creative, terutama Graphic Designer dalam mengembangkan ide yang sudah dimiliki. Dalam proses *brainstorming* ini, biasanya dalam mengumpulkan ide, penulis melakukan *A/B Testing* atau metode pengujian yang membandingkan dua versi dari satu hal untuk mengetahui ide mana yang lebih baik. *A/B testing* dilakukan terhadap orang-orang kantor, untuk menguji apakah ide dalam proses *brainstorming* ini dapat digunakan untuk ke tahap eksekusi atau tidak.

Dalam tahap *research* dan *brainstorming*, penulis juga biasanya menggambarkan *visual* sebuah ide dengan menggunakan kertas yang nantinya akan dijadikan kedalam bentuk *final artwork*.



Gambar 3.2 Layout Sketching Instagram Cretivox Intern

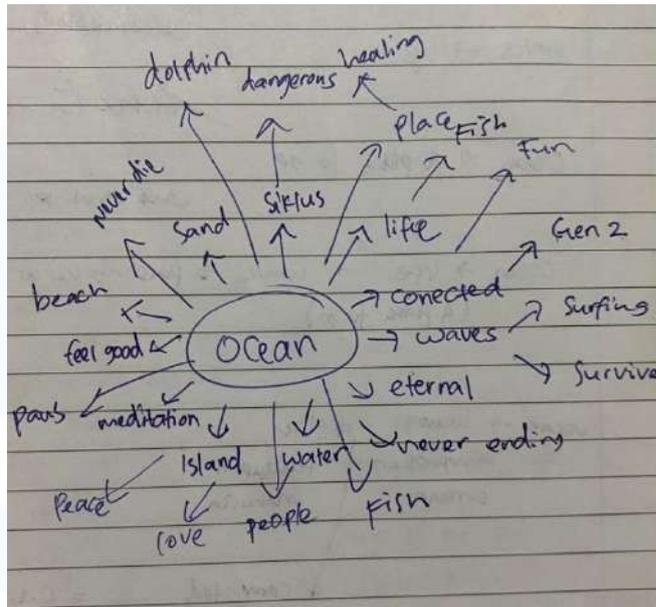
Pada gambar 3.2 di atas merupakan bentuk hasil dari *brainstorming* yang kemudian dibuat menjadi kedalam bentuk *visual sketching* untuk pembuatan feeds awal pada Instagram @cretivox.intern.



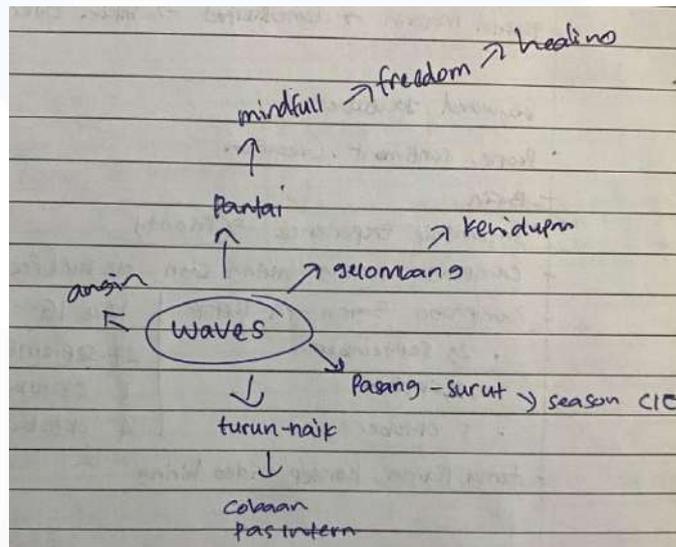
Gambar 3.3 Layout Instagram Cretivox Intern

Pada gambar 3.3 di atas hasil akhir *layout* yang sudah di posting di media sosial Instagram @cretivox.intern dari hasil *brainstorming* awal bersama *Head of Digital* dan *Graphic Designer*.

Cara lain dalam proses *research*, *brainstorming*, dan *ideation* yang digunakan adalah dengan menggunakan *mind mapping*, yaitu dengan membuat sebuah diagram visual ide dan konsep terkait topik tertentu. Sejauh ini, *mind mapping* lebih sering digunakan untuk mengambil garis besar untuk sebuah main idea yang akan digunakan dalam proyek tertentu yang sedang dijalankan.



Gambar 3.4 *Mind Mapping* Konsep Proyek CIE



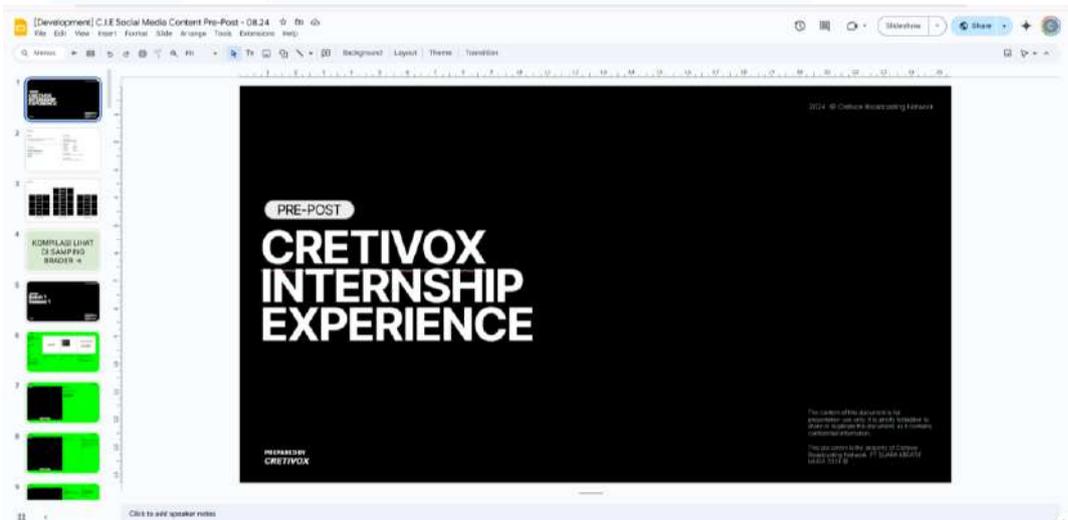
Gambar 3.5 *Mind Mapping* Konsep Proyek CIE

Pada gambar 3.4 dan 3.5 di atas dapat dilihat contoh metode *mind mapping* yang dilakukan oleh penulis dalam membuat sebuah ide nama dan konsep dari proyek Cretivox Internship Experience Batch 2 Season 2 yang mau mengambil garis besar topik mengenai Pantai.

2) Decking

Setelah melakukan proses *research*, *brainstorming*, hingga *ideation content*, proses selanjutnya yang dilakukan penulis adalah membuat sebuah *deck presentation* seperti PPT yang digunakan untuk memudahkan dalam mengontrol dan me-monitoring jalannya proyek yang sedang dilakukan. Proses *decking* ini juga dapat digunakan untuk presentasi untuk meminta *approval* kepada *supervisor*.

Deck akan berisi judul, *brief*, *tone and manner*, dan isi dari konten-konten yang akan di *purpose* untuk nantinya di unggah pada Instagram @cretivox.intern.

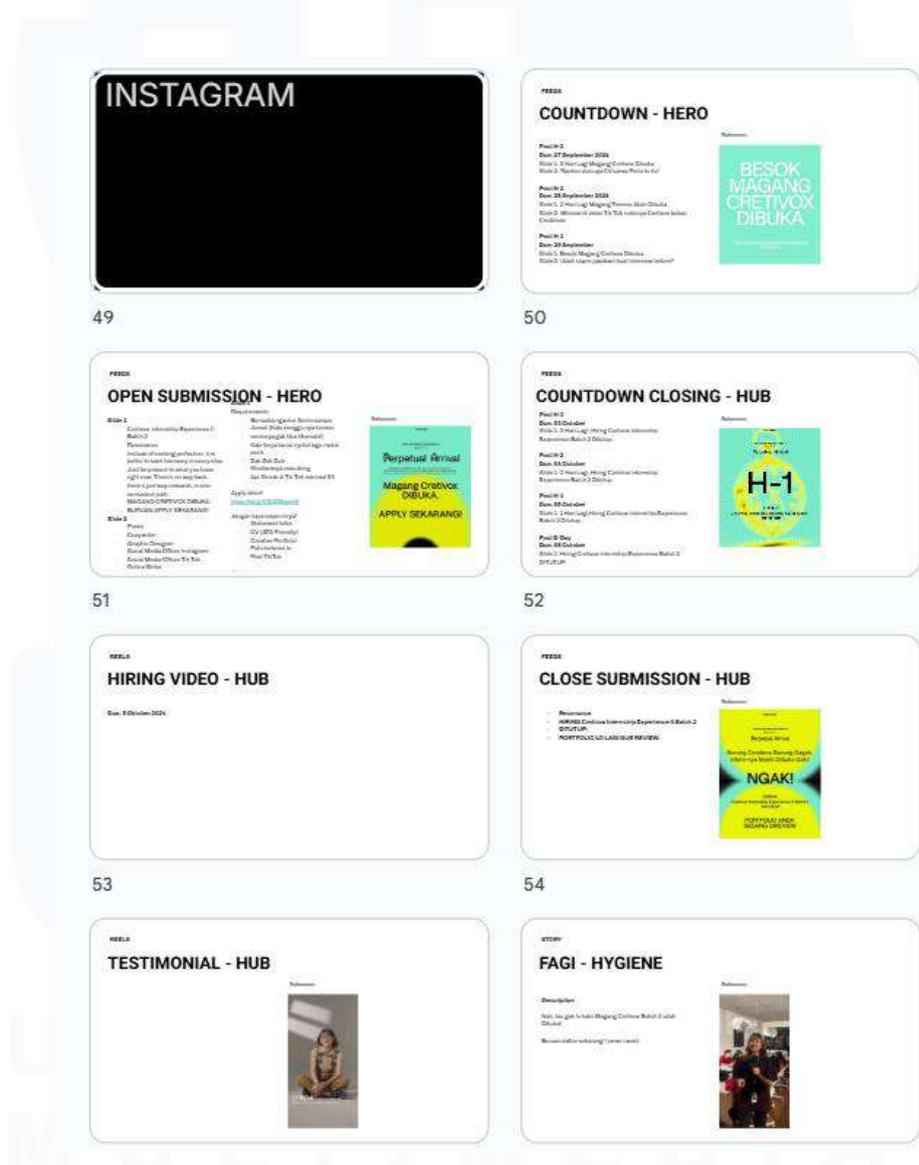


Gambar 3.6 Deck Content

Pada gambar 3.6 di atas merupakan contoh deck yang dibuat penulis untuk memudahkan dalam memantau jalannya proyek yang sedang dilakukan. Pembuatan deck ini juga dibantu oleh Graphic Designer, karena nantinya Graphic Designer yang akan membuat *final artwork* dari konten-konten yang di *purpose* oleh penulis dan di *approve* oleh *Head of Digital*.

3) Content Planning

Content Planning merupakan rencana konten yang dibuat untuk membantu proses produksi konten dan penjadwalan rencana konten pada awal pelaksanaan program aktivasi media sosial. *Content planning* dapat membantu melacak perkembangan aktivitas media sosial. Adapun *content calender* yang dibuat oleh penulis untuk menentukan jadwal posting pada konten-konten yang sudah di *planning* sebelumnya.



Gambar 3.7 Deck Content Planning

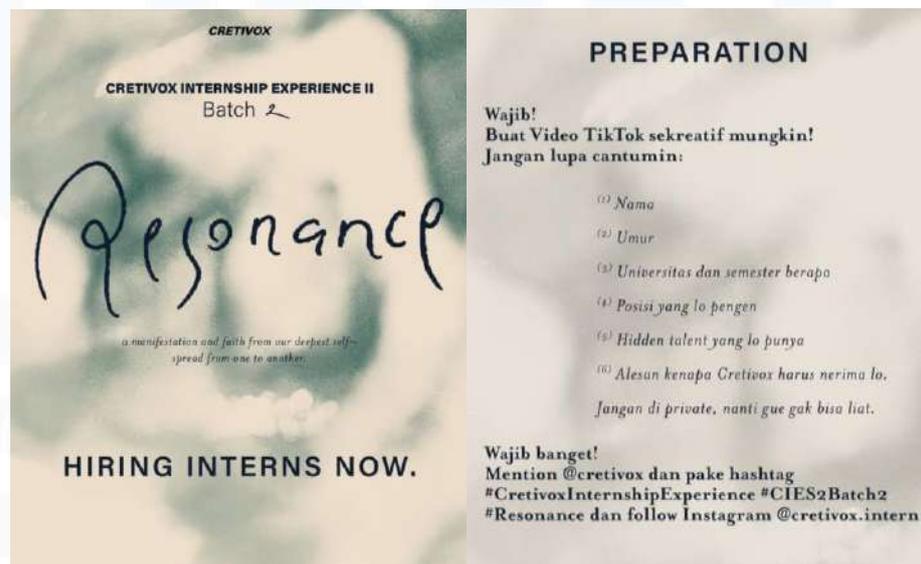
Pada gambar 3.7 di atas merupakan deck content planning yang dibuat oleh penulis, dalam pembuatan content planning ini, konten akan terbagi menjadi

tiga, yaitu *Hero*, *Hub*, dan *Hygiene*. Setiap jenis konten memiliki tujuan yang berbeda namun saling melengkapi untuk membangun hubungan yang kuat antara brand dan juga audiens. Berikut penjelasan mengenai strategi konten *Hero*, *Hub*, dan *Hygiene*:



Gambar 3.8 Piramida 3H

1) *Hero content* merupakan jenis konten yang dirancang untuk menarik perhatian banyak audiens, di produksi secara besar-besaran untuk menciptakan kesadaran kepada audiens, memperkenalkan suatu produk atau layanan terbaru dari brand. Berikut merupakan salah satu *Hero content* yang dibuat pada program *Cretivox Internship Experience*.



CRETIVOX
CRETIVOX INTERNSHIP EXPERIENCE II
Batch 2

Resonance

*a manifestation and faith from our deepest self -
spread from one to another.*

HIRING INTERNS NOW.

PREPARATION

Wajib!
Buat Video TikTok sekreatif mungkin!
Jangan lupa cantumin:

- (1) Nama
- (2) Umur
- (3) Universitas dan semester berapa
- (4) Posisi yang lo pengen
- (5) Hidden talent yang lo punya
- (6) Alasan kenapa Cretivox harus nerima lo.

Jangan di private, nanti gue gak bisa liat.

Wajib banget!
Mention @cretivox dan pake hashtag
#CretivoxInternshipExperience #CIES2Batch2
#Resonance dan follow Instagram @cretivox.intern

Gambar 3.9 Hero Content

Pada gambar 3.9 di atas merupakan konten *Hero* yang diunggah oleh penulis pada Instagram @cretivox.intern. Konten ini memberikan informasi serta memperkenalkan poster terbaru untuk magang Cretivox Batch 2 Season 2. Poster ini bertujuan untuk menciptakan awareness dan antusiasme audiens untuk mengikuti program *Cretivox Internship Experience* yang sedang dibuka.

- 2) Hub content merupakan jenis konten yang menjaga keterlibatan audiens sepanjang waktu. Konten ini sifatnya sebagai jembatan antara *Hero content* dan *Hygiene content*. *Hub content* ini merupakan konten yang di posting secara rutin dan berulang sehingga audiens dapat menantikannya dan tetap sadar akan keberadaan suatu brand. Konten ini juga digunakan untuk mempertahankan keterlibatan audiens dan dapat membangun suatu komunitas. Berikut beberapa *Hub content* yang diunggah pada Instagram @cretivox.intern.



Gambar 3.10 Hub Content (Hiring Video)

Gambar 3.10 merupakan *Hub Content* yang dibuat pada saat proses Hiring anak magang. Konten ini menjadi jembatan sekaligus memperkenalkan nama batch baru setelah hero content dalam berbentuk poster di upload pada Instagram.



Gambar 3.11 Hub Content (Testimonial Video)

Gambar 3.11 merupakan konten *Testimonial* yang konsepnya merupakan sebuah *video series* di Instagram. Anak magang sebelumnya, yaitu *Batch 1 Season 2* berjumlah 19 anak dan Reels ini akan di posting setiap minggunya untuk tetap terus mendapatkan perhatian dari audiens mengenai keberadaan *Internship Program* dari Cretivox.

- 3) *Hygiene content* dikenal sebagai *content evergreen* atau *always on content* yang fokusnya untuk menjawab pertanyaan atau kebutuhan sehari-hari audiens. Konten ini biasanya berupa konten yang informatif dan relevan, seperti sebuah *video tutorial*, *FAQ*, atau infografis

Selain di Instagram @cretivox.inter, proyek ini juga berjalan pada Instagram @cretivox untuk membantu menaikkan awareness lebih banyak lagi agar banyak audiens yang tertarik untuk mendaftarkan dirinya pada *Cretivox Internship Experience*. Berikut merupakan beberapa konten *Hygiene* yang dibuat dan telah diunggah oleh penulis.



Gambar 3.12 Hygiene Content (Cretivox Zodiac)



Gambar 3.13 Hygiene Content (Kata Netizen)

Gambar 3.12 dan 3.13 merupakan konten *In-House* yang diunggah di Instagram @cretivox untuk menarik audiens dan menaikkan *awareness*

mengenai keberadaan Program Intern di Cretivox itu sendiri. Konten ini juga menjadi konten hiburan agar tetap terhubung dengan audiens gen Z di Cretivox.



Gambar 3.14 Hygiene Content (Fakta Pagi)



Gambar 3.15 Hygiene Content (FAQ)



Gambar 3.16 Hygiene Content (Add Yours)

Gambar 3.14 merupakan konten hygiene dalam bentuk *story* yang diunggah pada Instagram @cretivox sebagai bentuk penyediaan informasi cepat yang dilakukan melalui *Instagram Story*. Konten pada gambar 3.14 merupakan konten Fakta Pagi yang menyebutkan fakta yang sedang terjadi bahwa Cretivox sedang buka magang. Gambar 3.15 merupakan konten FAQ yang diunggah pada Instagram @cretivox.intern untuk membantu audiens memberikan informasi yang relevan pada saat program ini berjalan,, dan gambar 3.16 merupakan konten *add yours* yang digunakan oleh calon anak magang yang mendaftarkan diri pada program Cretivox Internship Experience.



Gambar 3.17 Hygiene Content (Reels Cretivox Mengucapkan)



Gambar 3.18 Hygiene Content (Reels Anak Magang Core)

Pada gambar 3.17 dan 3.18 di atas merupakan konten *Hygiene* berbentuk Reels Video yang diunggah sebagai bentuk pengingat dan menarik audiens baru untuk mengikuti program Cretivox Internship Experience

Adapun *Content calender* merupakan jadwal yang berisi rencana publikasi konten untuk memastikan konsistensi dan relevansi konten yang akan diunggah di media sosial @cretivox.intern.

(AGUSTUS 2024)

Legend: SKETCH (yellow), CONTENT (orange), VISUAL (pink), RTP (cyan), PUBLISHED (green)

MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22		24	25
26	27	28	INTRODUCTION Season 1 Batch 1	INTRODUCTION Season 1 Batch 2	31	

Gambar 3.19 Content Calender Agustus

(SEPTEMBER 2024)

Legend: SKETCH (yellow), CONTENT (orange), VISUAL (pink), RTP (cyan), PUBLISHED (green)

MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
						1
2	3	4	INTRODUCTION Season 1 Batch 3	INTRODUCTION Season 1 Batch 4 Season 1 Batch 5	INTRODUCTION Season 1 Batch 6 Season 1 Batch 7	8
9	INTRODUCTION Season 1 Batch 8	INTRODUCTION Season 1 Batch X	INTRODUCTION Season 1 Batch S/E	13	DIVIDER Season 1 bridging to Season 2	15
16	INTRODUCTION Season 2 Batch 1 - Photoshoot - Reveal	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

Gambar 3.20 Content Calender September

Gambar 3.19 dan 3.20 di atas merupakan contoh *content calender* yang dibuat oleh penulis untuk memantau tanggal posting dari konten-konten tersebut.

Social Media Content
Cretivox Internship Experience

Direction:
Visual & Content
Batch 2

Tone & Manner
Notes:
Personal
Direct

Font Used
Arimo
Libre Baskerville

Color Palette
#ffffff
#171e26

Batch 2 is benchmark of Cretivox's Internship. They finished the journey and leave the notes to be memories.



<p>Posting Number: 6 IG Reels</p> <p>Notes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Thumbnail Vertical 9:16 	<p>Posting Number: 5 IGF Carousel</p> <p>Notes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Poster 4:5 Poster + Award Infographs Video Moments Photo Moments 	<p>Posting Number: 4 IGF Carousel</p> <p>Notes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ratio 4:5 Slide ini overall untuk kasih tau history, kasih lihat moments nya juga. Banyakin foto (kalo banyak fotonya)
---	--	--

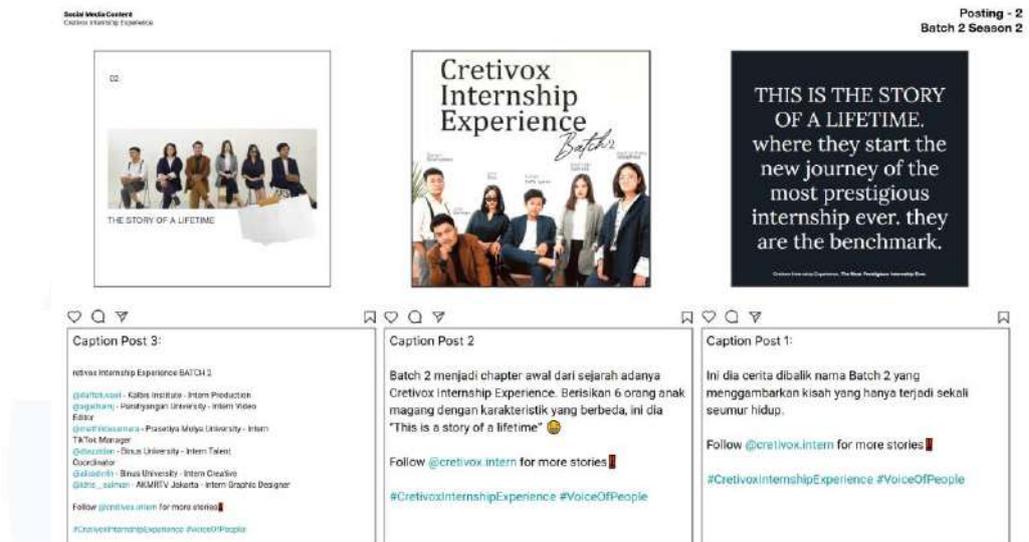
Social Media Content
Cretivox Internship Experience

Posting Number 4

<p>Slide 1</p> <p>THIS IS THE STORY OF A LIFETIME. Where they start the new journey of the most prestigious internship ever. They are the benchmark.</p>	<p>Slide 2</p> <p>Cerita ini dimulai ketika Cretivox sudah berjalan satu tahun dan dikenal banyak orang.</p> <p>Pada saat itu, banyak calon anak magang yang berdatangan ke kantor. Satu orang, dua orang, tiga orang, sampai menjadi 6 orang.</p> <p>Long story short, akhirnya kesenam orang tersebut masuk menjadi anak magang Cretivox.</p> <p>Visual notes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Masukin gambar2 mereka, per profinya kelihatan gitu 	<p>Slide 3</p> <p>Disela-sela keseharian bekerja, ternyata masih banyak orang yang berdatangan untuk menjadi anak magang Cretivox. Kantor yang saat itu masih kecil pun, tidak sanggup lagi menampung orang yang baru.</p> <p>Visual notes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Bisa banyak orang nge-chat "Kak buka magang gak?" "Pengen banget magang di Cretivox, gimana caranya kak?" 	<p>Slide 4</p> <p>Sampai pada akhirnya, Bang Ben (CEO Cretivox) berniat untuk membuat alur pendaftaran anak magang di waktu yang bersamaan dan hanya lewat satu pintu. Inilah kemudian yang menjadi terbentuknya Cretivox Internship Experience.</p> <p>Visual notes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Logo Cretivox Internship Experience yang pertama 	<p>Slide 5</p> <p>Diawali batch 2 dengan nama 'THIS IS THE STORY OF A LIFETIME', kami berharap ini bisa menggambarkan kisah untuk mereka yang hanya terjadi sekali seumur hidupnya.</p> <p>Batch 2 ini berjalan dengan rentang waktu magang selama 8 bulan.</p> <p>Visual notes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lebih bisa ngasih lihat memories mereka disini lebih kompleks.
--	---	--	---	--

[LINK FA](#)

Gambar 3.21 Content Planning (Editorial Plan)



Gambar 3.22 Caption

Gambar 3.21 di atas merupakan tahapan setelah *content calender*, yaitu membuat Editorial plan yang berisikan *visual, content, copy content*, dan *Link final artwork* untuk diunggah dan gambar 3.22 merupakan kolom pembuatan *caption* yang dilakukan setelah proses *final artwork* dilakukan oleh *Graphic Designer*.

4) Copywriting

Dalam pembuatan copy content pada Instagram @cretivox.intern, penulis menerapkan beberapa konsep copywriting. Copywriting digunakan untuk menyampaikan pesan secara kreatif, menarik, singkat, dan sesuai kebutuhan dari suatu perusahaan atau brand (Ariadi, 2017). Dalam pembuatan copywriting, penulis juga menerapkan *Integrated Marketing Communication* yang merupakan strategi untuk manajemen komunikasi dalam meningkatkan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan (Clow, 2018). Strategi *Integrated marketing communication* pada proyek ini dilakukan melalui pemasaran konten yang dilakukan pada media sosial Instagram. Penulisan *copy content* juga menggunakan konsep AIDA dalam *Integtared Marketing Communication*, AIDA merupakan singkatan dari (*Awareness, Interest, Desire, Action*) yang merupakan formula penulisan

yang paling sering digunakan dalam membantu pembuatan suatu iklan (Kotler P. K., 2012)

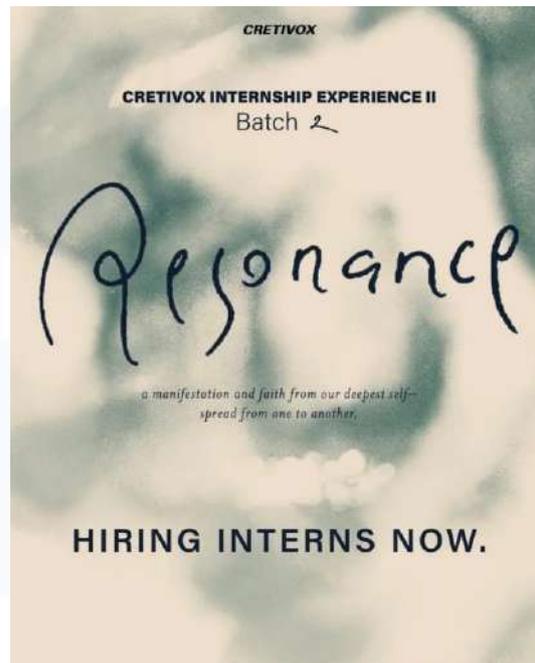
b. *Awareness*

Pada Teknik copywriting, awareness berarti bagaimana cara membuat sebuah copy yang dapat menarik audiens untuk melihat konten. Pada Integrated marketing communication, Awareness berarti bagaimana suatu pesan dapat tersampaikan dapat meningkatkan ketertarikan dan kesadaran terhadap audiens. Pada tahapan ini, penulis menggunakannya pada konten halaman depan pada setiap unggahan yang di Instagram @cretivox.intern



Gambar 3.23 Instagram Feeds Hirin Intern Soon

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



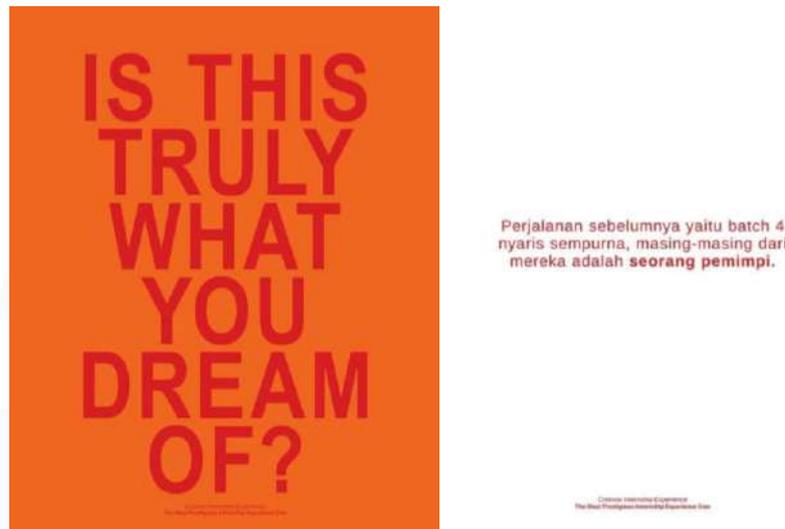
Gambar 3.24 Instagram Feeds Hiring Intern

Gambar 3.23 dan 3.24 menunjukkan *copy content* yang dapat menarik perhatian audiens. Headline awal pada *copy content* ini dapat mempengaruhi konten lainnya, konten ini di targetkan kepada orang-orang yang sedang mencari magang dan ketika melihat konten tersebut, audiens bisa langsung tertarik dengan seluruh kegiatan pada program Cretivox Internship Experience ini.

c. *Interest*

Interest berarti, konten yang dibuat bukan hanya menarik perhatian tapi juga membuat audiens tertarik dengan konten yang diunggah. Berikut merupakan contoh *copywriting* yang mengimplementasikan *interest* di dalamnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.25 Instagram Feeds Batch 5

Setiap konten yang dibuat selalu ingin menimbulkan *awareness* dan *interest* terhadap program ini. Dan tahap *interest* dapat terlihat pada gambar 3.25 dimana penulis membuat konten ini kedalam bentuk carousel sehingga setiap *copy* pada setiap *slide* nya dapat menimbulkan efek ketertarikan pada audiens.

d. *Desire*

Desire merupakan tahapan untuk menunjukkan *Unique Selling Point* (USP) dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Konten ini dapat membantu meyakinkan audiens untuk mengikuti program Cretivox Internship Experience. Salah satu konten yang dibuat adalah Kata Netizen yang di unggah pada Instagram @cretivox dengan menjelaskan USP dari magang di Cretivox. Hal ini dirasa dapat meyakinkan audiens untuk mencoba program tersebut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.26 Instagram Feeds Kata Netizen

Pada gambar 3.36 di atas menunjukkan konten dengan *copywriting* yang menjelaskan keunikan dari produk/jasa yang dijual oleh *Cretivox Internship Experience*. USP pada program ini adalah, para calon anak magang akan membuat sebuah video yang diunggah di TikTok dan video TikTok tersebut sudah menjadi *benchmark* dari *Cretivox Internship Experience*.

e. *Action*

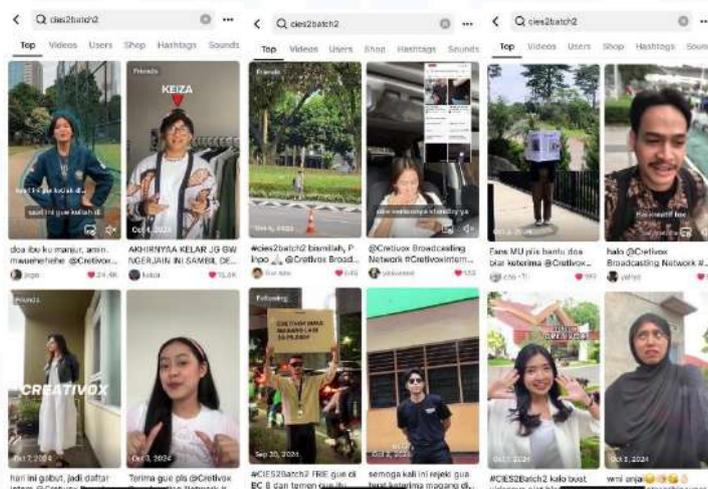
Tahap action merupakan tahapan akhir dimana dari konten tersebut, audiens dapat melakukan tindakan untuk mengikuti *Cretivox Internship Experience*. Action merupakan tahapan krusial yang menentukan kesuksesan dalam pembuatan konten. Di tahap ini, penulis biasanya memiliki tujuan untuk mendorong audiens untuk melakukan suatu tindakan. Pada Teknik *copywriting*, biasanya penulis menggunakan pesan CTA (*Call to Action*) yang membuat audiens melakukan aksi setelah melihat konten tersebut.



Gambar 3.27 Instagram Feeds Kata Netizen

Gambar 3.27 di atas menunjukkan penggunaan CTA pada konten untuk menarik audiens untuk mengikuti Cretivox Internship Experience batch selanjutnya.

Hasil dari penggunaan Teknik *copywriting* pada tahap *action* yang dilakukan oleh audiens adalah sebagai berikut:



Gambar 3.28 SEO #CIES2BATCH2

Gambar 3.28 di atas merupakan hasil dari aksi yang dari audiens yang akhirnya mengikuti atau mendaftar ke Cretivox Internship Experience ini. Terdapat 200 lebih postingan yang menggunakan hashtag tersebut dan terdapat 500 orang lebih yang mendaftarkan diri pada program Cretivox Internship Experience.

Pembuatan copy content juga dilakukan dengan menerapkan konsep storytelling agar lebih menarik audiens. Konten dibuat menggunakan strategi *brand storytelling*. *Storytelling* merupakan bentuk komunikasi yang menjembatani pendongeng dan pendengar dengan komunikasi yang otentik (Anderson, 2019). Storytelling dalam brand menjadi cara untuk dapat terkoneksi secara emosional dengan audiens. Dalam hal ini, storytelling pada sebuah brand dapat menjadi alat pemasaran yang digunakan untuk membantu mengespresikan dan menafsirkan jenis cerita. Cerita digunakan sebagai konten untuk memikat audiens dengan emosi dan makna agar audiens mendapatkan empati dari plot dalam cerita tersebut (Alexander, 2011). Pada pembuatan konten di Instagram @cretivox.intern, penulis membuat copywriting menggunakan strategi storytelling yang dibuat secara relevan, unik, sehingga audiens tertarik untuk membacanya. Storytelling dibuat berdasarkan kisah dari nama setiap batch yang dibuat sesuai dengan kondisi perusahaan dan harapan perusahaan, sehingga audiens yang membaca dapat merasakan bagaimana Cretivox Internship Experience ini telah menjadi tempat program magang yang memiliki ciri khas berbeda dari tempat magang lainnya. Berikut merupakan draft content dari cerita setiap batch yang dibuat oleh penulis dengan cara meng-*interview* CEO dari Cretivox.

Batch 2 - THIS IS THE STORY OF A LIFETIME

Cerita ini dimulai ketika Cretivox sudah berjalan satu tahun dan dikenal banyak orang. Pada saat itu, banyak calon anak magang yang berdatangan ke kantor. Satu orang, dua orang, tiga orang, sampai menjadi 6 orang. Singkat cerita, akhirnya keenam orang tersebut masuk menjadi anak magang Cretivox.

Disela-sela keseharian bekerja, ternyata masih banyak orang yang berdatangan untuk menjadi anak magang Cretivox. Kantor yang saat itu masih kecil pun, tidak sanggup lagi menampung orang yang baru. Sampai pada akhirnya, Bang Ben (CEO Cretivox) berinisiatif untuk membuat alur pendaftaran anak magang di waktu yang bersamaan dan hanya lewat satu pintu. Inilah kemudian yang menjadi terbentuknya **Cretivox Internship Experience**.

Diawali *batch 2* dengan nama '**THIS IS THE STORY OF A LIFETIME**', kami berharap ini bisa menggambarkan kisah untuk mereka yang hanya terjadi sekali seumur hidupnya. *Batch 2* ini berjalan dengan rentang waktu magang **selama 8 bulan**.

Batch 3 - THE FORGOTTEN

Delapan bulan telah berlalu, masa magang *batch 2* pun telah usai, waktunya Cretivox kembali membuka magang untuk *batch 3*. Pada saat pendaftaran magang ini, Cretivox mulai menerapkan *interview* dan mengharuskan anak magang untuk masuk secara serempak.

Singkat cerita disaat *batch 3* hadir, kantor Cretivox sedang ada renovasi besar-besaran. Pada akhirnya tercetuslah sebuah nama untuk *batch* ini '**THE FORGOTTEN**'.

Nama ini mungkin terkesan 'negatif', tapi kami berpikir akan ada cerita menarik untuk setiap perjalanan Cretivox kedepannya. *Batch 3* ini berjalan dengan rentang waktu magang **selama 6 bulan**.

Batch 4 - UNFORGETTABLE EXPERIENCES

'**UNFORGETTABLE EXPERIENCES**' nama yang terinspirasi dari anak-anak magang *batch 2* dan *3*. Pada waktu itu, mereka selalu mengatakan pengalaman magang di Cretivox tidak akan pernah terlupakan.

Batch ini kemudian menjadi penyempurna pertama kali dalam rangkaian Cretivox *Internship Experience*. Mulai dari *hiring* yang *proper* hingga program magang yang terstruktur. Masa magang kami tentukan dengan berkaca pada *batch* sebelumnya. Kami tidak ingin, masa magang *batch* ini seperti *batch 2*, yang masa magangnya sangat lama yaitu 8 bulan. Kami juga tidak ingin seperti *batch 3*, yang masa magangnya masih terhitung cukup lama yaitu 6 bulan.

Akhirnya kami mengambil keputusan, *batch 4* ini menjalani masa magang **selama 4 bulan**. *Batch* ini kemudian menjadi *benchmark*, dimana untuk pertama kalinya terciptalah sesuatu yang bernama *interns reveal*.

Batch 5 - BE A DREAMER

Perjalanan *batch 4* nyaris sempurna, masing-masing dari mereka adalah seorang pemimpin. *Vibes* itu pun yang selalu ingin kami bagikan untuk anak magang selanjutnya. '**BE A DREAMER**' adalah nama yang tepat untuk diberikan kepada *batch 5* agar menjadi Sang Pemimpin seperti *batch 4*.

Batch 5 ini adalah *batch* pertama kali dengan masa magang selama 5 bulan.

Batch 6 - THE NEW HOME

Adalah nama *batch* yang diambil secara literal dan juga kiasan. Nama ini terinspirasi dari cerita seluruh anak magang sebelumnya. Mereka selalu menganggap, tempat ini adalah rumah kedua mereka.

Pada masa magang ini, Cretivox sedang berkembang dengan dua *IP* nya yaitu Condfe dan OGS. Hingga pada akhirnya, jumlah anak magang di *batch* ini adalah berjumlah 18 orang. Hal inilah yang menjadikan *batch* 6 sebagai, *batch* dengan jumlah anak magang terbanyak untuk pertama kalinya. Disaat yang bersamaan ini pula, Cretivox memiliki kantor baru.

Batch 7 - HOLDING HANDS

Setelah perjalanan panjang, akhirnya Cretivox sampai juga di puncak kejayaan. Semua yang kita pikirkan akan berjalan mulus, ternyata tidak sesuai dengan apa yang terjadi. Angin semakin kencang, fitnah mulai bertebaran, kebencian membabi buta, sampai rasanya kapal ini pun seperti menerjang badai di malam hari. Sakit, hancur, dan juga bingung.

Masa-masa terburuk itu pun kami jalani bersama, dan tentunya juga dengan hadirnya *batch* 7. Kami yakin, kami bisa menerjang badai itu bersama-sama dengan berpegangan tangan satu sama lain. Maka dari sini lahirlah nama '**HOLDING HANDS**'.

Batch 8 - THE DREAM BOAT

Badai sudah berlalu, saatnya kapal berlayar kembali. Kapal ini masih dengan tujuan yang sama, yaitu berlayar untuk sebuah mimpi.

Dengan kekuatan penuh dan saling berpegangan tangan, akhirnya kami kembali untuk berlayar menuju mimpi kami. Kehadiran *batch* 8 turut ikut berlayar mengejar mimpi, alhasil munculah nama '**THE DREAM BOAT**'.

Batch X - SEASON FINALE

Batch ini adalah *batch* penutupan, karena kami ingin membuat perjalanan ini seperti kisah sebuah *series*, yang harus ada penutup di setiap *season*-nya.

Maka, *batch* ini di beri nama '**SEASON FINALE**'. Dan *batch* ini menjadi penutup yang manis, dari **season 1 Cretivox Internship Experience**.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Batch S.E - RESISTANCE IN BLOOM

Hari demi hari kami jalani, disuatu waktu kami tersadar bahwa *series* ini belum selesai, rasanya ada yang janggal karena *season 1* ditutup dengan 9 episode. Akhirnya, kami membuat *batch* penutup untuk yang kedua kalinya.

Singkat cerita kami membuka *internship* kembali, dan pada akhirnya terpilihlah 13 anak magang. Pada saat itu kami bingung *batch* ini harus diberi nama apa, hingga pada akhirnya terbesitlah nama '**SPECIAL EDITION**'.

Kemudian kami bingung, untuk menentukan apa tema dari *batch* ini? Singkat cerita, akhirnya kami terinspirasi dengan Palestina yang sedang berada di titik terhancurnya. Tempuran hebat yang didapat dari musuhnya sampai mereka harus mati, tidak menjadi penghalang untuk mereka tumbuh kembali. Mereka **unbeatable** dan **unstoppable**.

'**RESISTANCE IN BLOOM**', nama yang indah untuk *batch special edition* ini. Lewat nama ini, kami ingin anak-anak di *batch SE* memiliki semangat yang sama dengan anak-anak di Palestina.

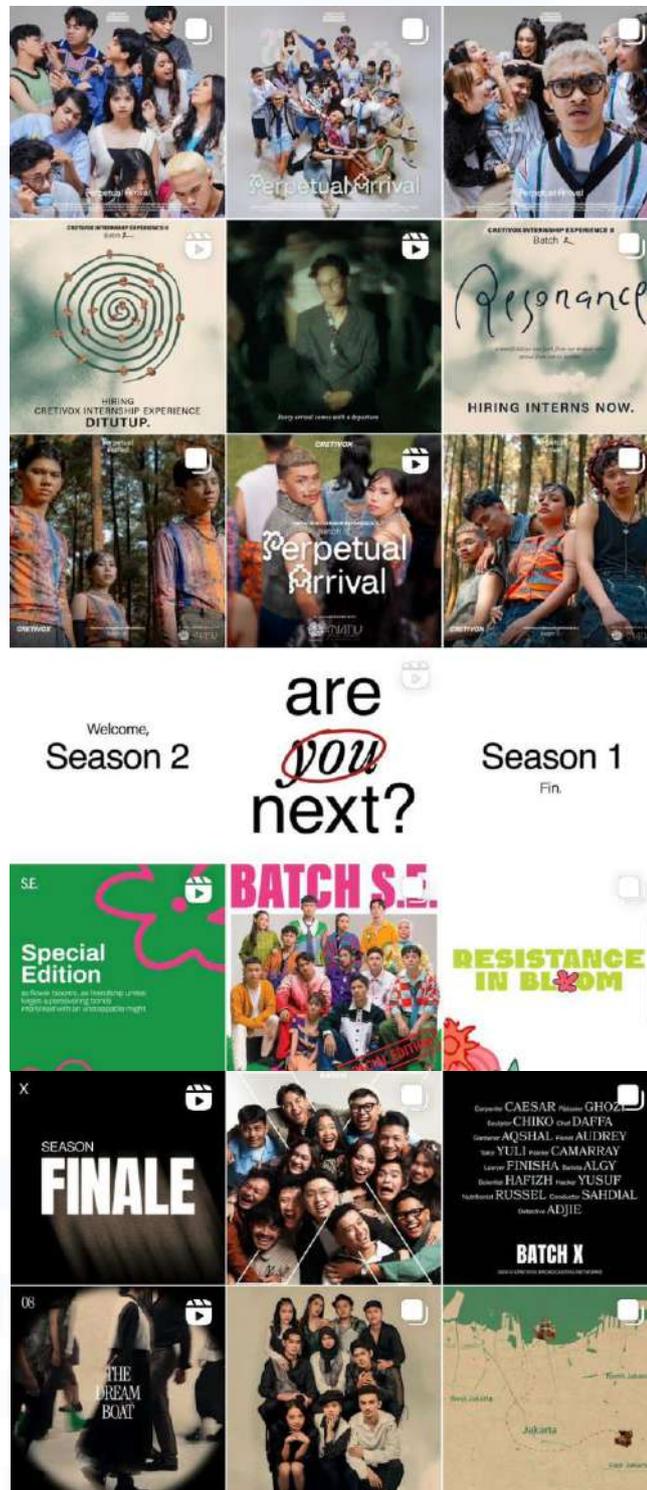
Kalau *batch X* menjadi penutup yang manis, maka *batch SE* menjadi penutup yang sempurna dari rangkaian **Cretivox Internship Experience Season 1**.

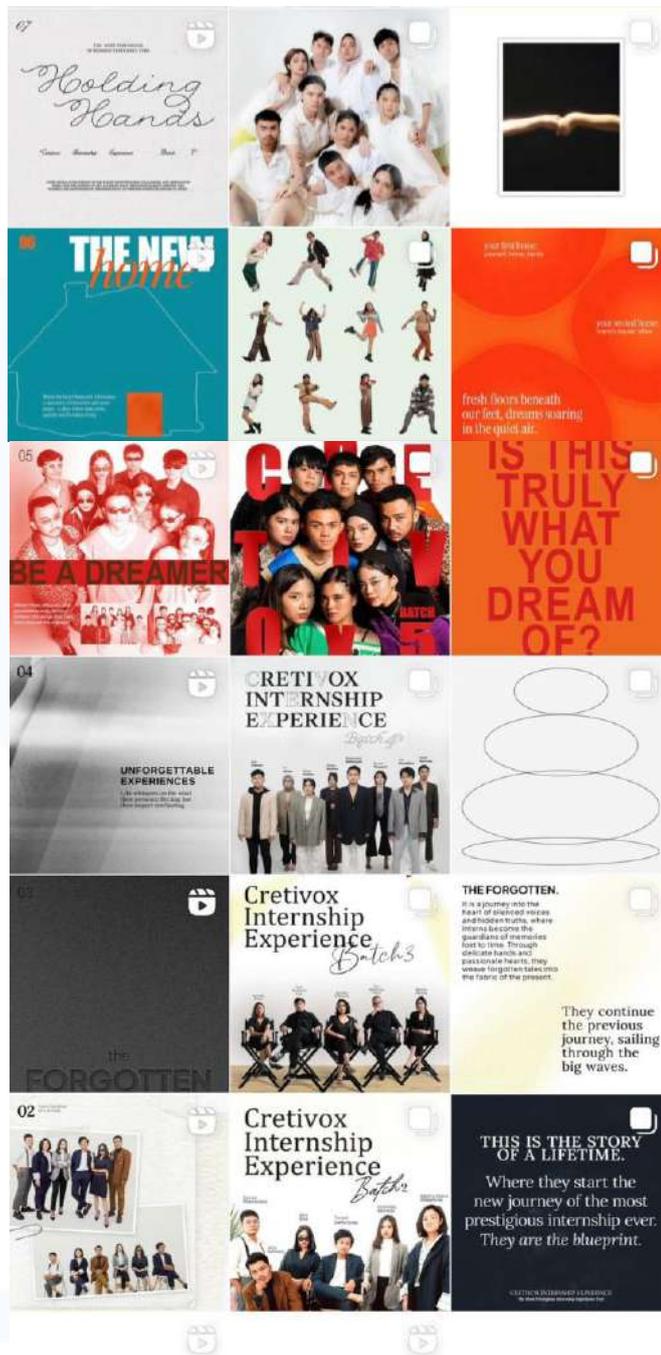
Fin

Gambar 3.29 Draft Storytelling

Pada gambar 3.29 di atas, penulis mengembangkan sebuah cerita dengan mengemukakan 4 elemen *storytelling*, yaitu *message*, *conflict*, *characters*, dan *plot*. Penulis menjadikan *storytelling* untuk menyampaikan pesan yang dapat merefleksikan program Cretivox Internship Experience secara positif, jelas, kemudian konflik menjadi penggerak dari cerita yang dibuat, darisini dapat terlihat konflik terjadi dari masalah-masalah yang dihadapi dari perusahaan yang kemudian diperankan oleh karakternya, yaitu para intern yang mengikuti program Cretivox Internship Experience untuk membantu mencapai sebuah tujuan dengan melawan badai yang terjadi. Dan elemen terakhir, yaitu *plot* terjadi ketika klimaksnya sudah mencapai penghujung *season 1* dan menandakan cerita *season 1* telah berakhir dan diselesaikan dengan baik.

Berikut merupakan hasil dari konten-konten yang telah dibuat pada Instagram @cretivox.intern





CRETIVOX

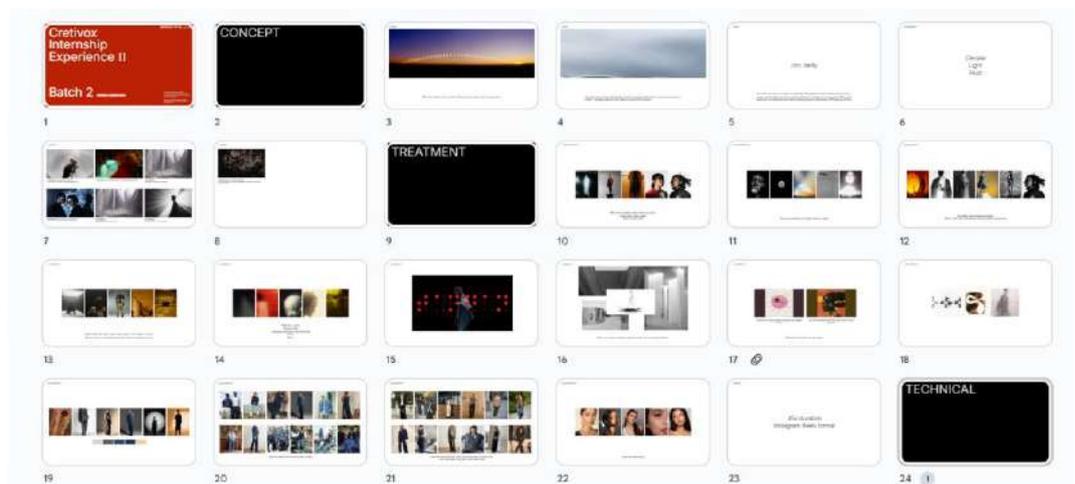


CRETIVOX INTERNSHIP EXPERIENCE
The Most Prestigious Internship
ever.

Gambar 3.30 Postingan Instagram @cretivox.intern

5) *Pre-Production*

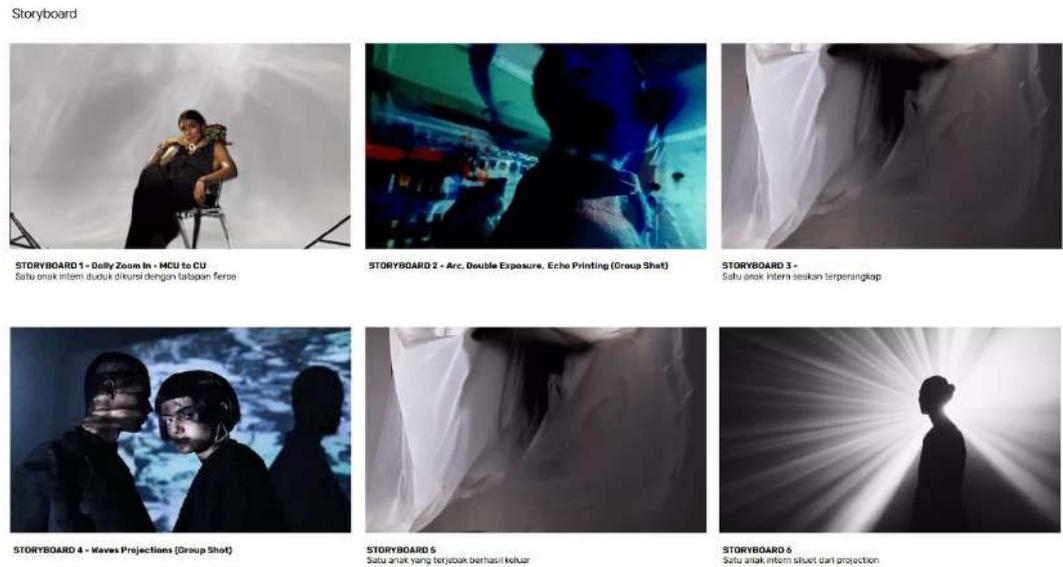
Selain mengelola media sosial Instagram @cretivox.intern, penulis juga membantu dalam proses eksekusi konten. Eksekusi konten dimulai dari tahapan *pre-Production*. *Pre-Production* biasanya dilakukan dalam pembuatan konten *campaign* dengan produksi yang cukup besar, seperti *hiring video*, *testimonial*, dan *reveal video*.



Gambar 3.31 *Deck Pre-Production*

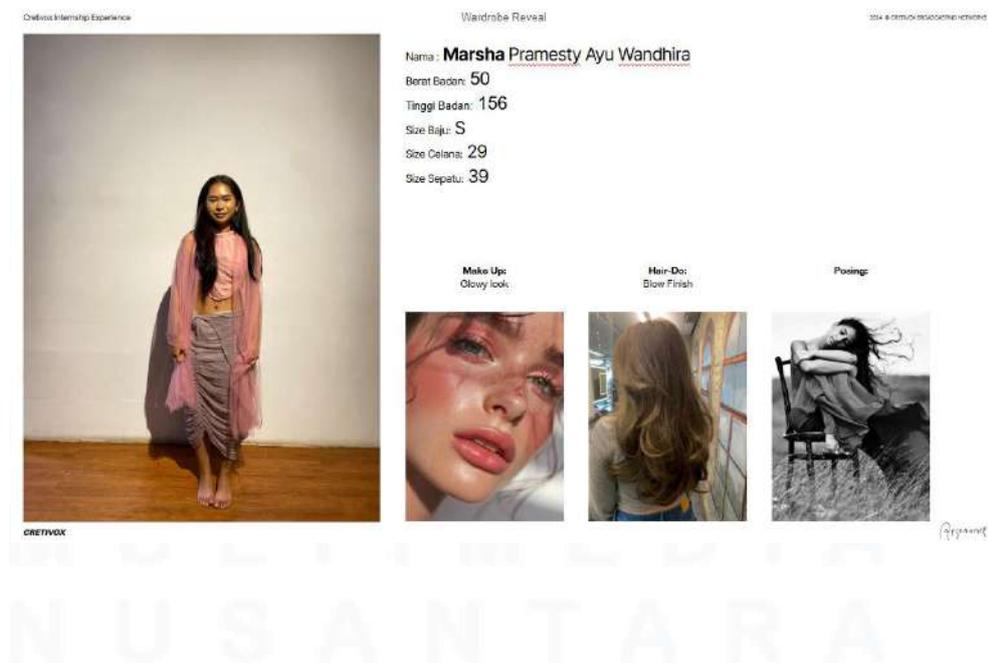
Gambar 3.31 di atas merupakan deck yang digunakan sebagai gambaran dan para seluruh tim terkait dalam proses syuting konten. Pada tahap ini, biasanya penulis dan tim *Production* melakukan *brainstorming* dan membuat *deck* yang berisikan keperluan selama proses syuting berlangsung,

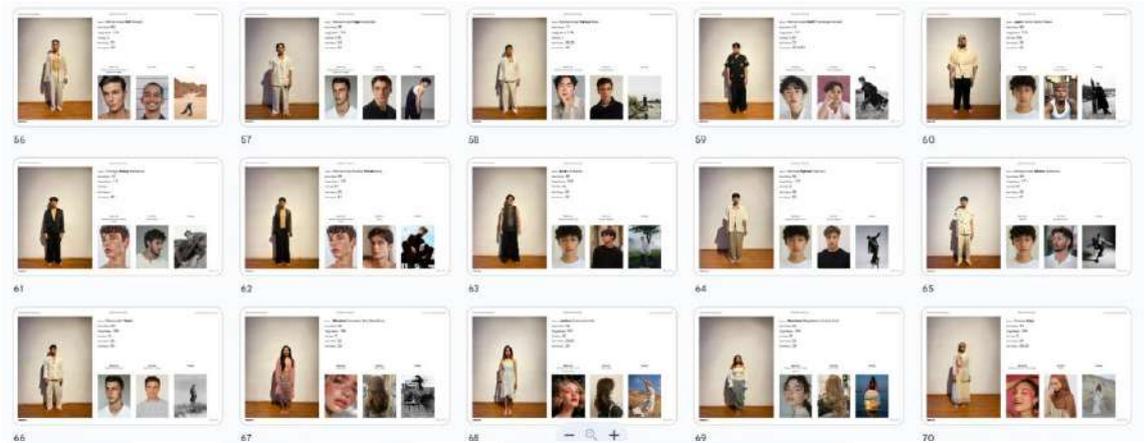
seperti *concept video*, *storyboard*, *video treatment*, *lighting*, dan *wardrobe* yang akan digunakan oleh *talent*.



Gambar 3.32 Storyboard (deck)

Gambar 3.32 di atas merupakan contoh storyboard pada syuting *Hiring video*. *Storyboard* digunakan untuk menjadi patokan kepada tim divisi Production dalam mengambil *visual video* pada saat syuting konten.





Gambar 3.33 Intern Styling (Deck)

Dalam tahap pra-produksi, penulis juga membantu dalam menentukan wardrobe yang digunakan oleh para intern. Pada gambar 3.33 di atas merupakan salah satu wardrobe pada syutingan *Reveal video*. Dalam proses *styling* ini, yang dilakukan adalah menentukan *wardrobe* yang tepat, menentukan gaya *make up* dan juga gaya rambut, serta menentukan pose yang tepat untuk persiapan syuting nantinya.



Gambar 3.34 Survei Pantai

Pada gambar 3.34 penulis juga melakukan survei di Pantai Goa Langir, Sawarna, Banten dalam proses pra-produksi. Survei ini dilakukan untuk

mengecek estimasi serta lokasi tempat yang dapat digunakan untuk syuting nantinya.

6) *Production dan Execution*

Pada proses produksi, penulis ditugaskan sebagai *Assistant Director* yang mengatur seluruh rangkaian syuting. Penulis ditugaskan untuk membuat *call sheet*. *Call sheet* merupakan detail informasi terkait kegiatan syuting, seperti lokasi, waktu, kru dan *talent* yang terlibat. Penulis juga membantu untuk memberikan arahan kepada talent selama proses syuting berlangsung.



Gambar 3.35 Production Day 1



Gambar 3.36 Production Day 2

Gambar 3.35 dan 3.36 di atas merupakan dokumen penulis saat melakukan proses syuting sebagai *Assistant Director*.



Gambar 3.37 Content Hiring Video

Gambar 3.37 diatas merupakan hasil akhir dari proses syuting konten *hiring video* sebagai bentuk *Hub* konten untuk meningkatkan kesadaran serta memperkenalkan nama batch baru pada Cretivox Internship Experience.



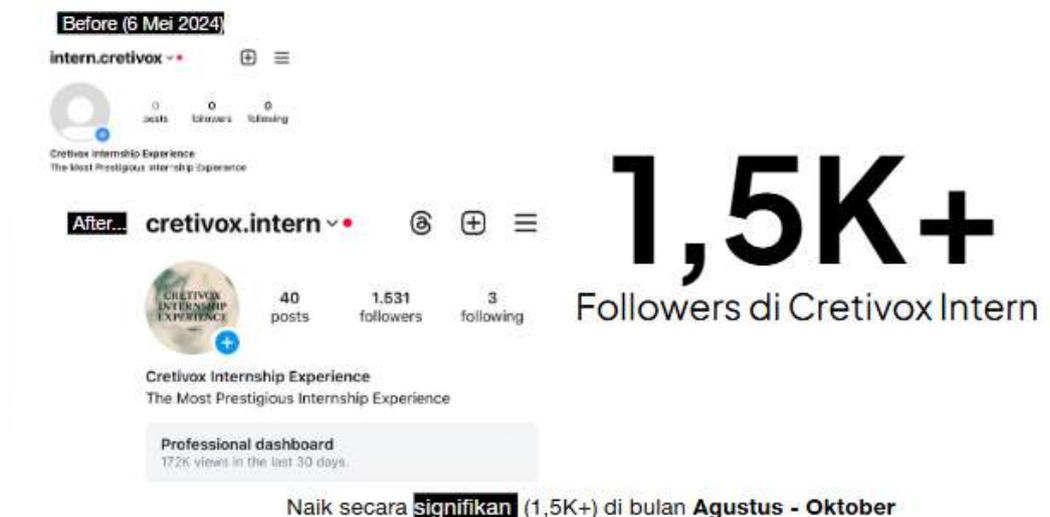
Gambar 3.38 Content Testimonial Video

Pada gambar 3.38 di atas merupakan hasil *Post-production* dari konten testimonial video yang telah di produksi dan diunggah di media sosial @cretivox.intern.

7) Mengunggah Konten dan Evaluasi Konten

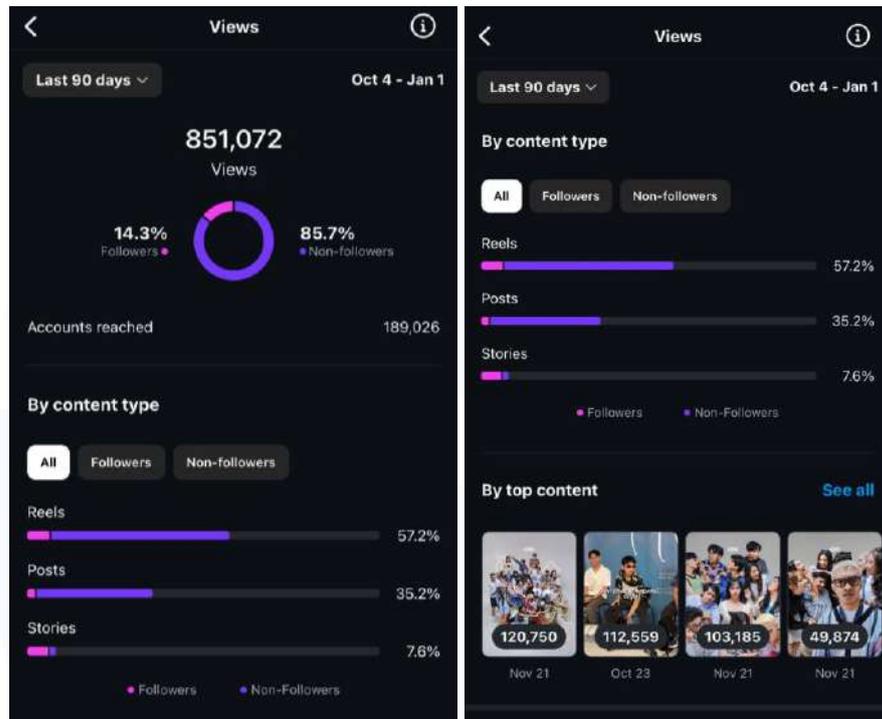
Setelah tahap *content planning* hingga *production*, yang dilakukan selanjutnya adalah meminta *approval* dari Creative Director dan Head of Digital untuk mengunggah konten *feeds* dan *video* yang sudah dipersiapkan pada akun Instagram @cretivox.intern.

Tahap akhir merupakan tahap evaluasi yang menjadi tahapan yang perlu dilakukan untuk melihat keefektikan konten yang sudah dilakukan melalui reached, engagement, views, likes, comment, dan share yang dapat dilihat pada insight Instagram @cretivox.intern.



Gambar 3.39 Insight Followers

Gambar 3.39 di atas menunjukkan perkembangan followers pada Instagram @cretivox.intern. Pada awalnya, followers @cretivox.intern dimulai dari 0 sejak dibuat pada bulan mei, kemudian naik secara signifikan menjadi lebih dari 1.500 followers.



Gambar 3.40 Insight Content

Dapat dilihat pada gambar 3.40 di atas, hasil Insight pada akun @cretivox.intern menunjukkan bahwa dalam 90 hari terakhir terdapat 851,072 orang yang melihat Instagram tersebut dan 85,7% berasal dari non followers. Berdasarkan tipe konten, reels menjadi yang paling banyak mendapatkan interaksi pada konten-konten yang di unggah pada Instagram tersebut.

U
M
N
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

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan proses praktik kerja magang di Cretivox sebagai Social Media Officer, adapun kendala dan hambatan yang ditemukan selama menjalankan magang selama lebih dari 640 jam, sebagai berikut:

- 1) Secara konseptual, kendala yang ditemukan adalah adanya perbedaan penerapan dalam pembuatan copywriting yang diajarkan pada masa perkuliahan dengan yang digunakan dalam pembuatan konten di Cretivox, Pada perkuliahan, copywriting diajarkan adalah untuk pembuatan iklan, namun dalam tempat penulis melakukan magang copywriting dibuat untuk membuat sebuah *copy content*. Kemudian adanya perbedaan dalam format penulisan dalam pembuatan *content planning* berdasarkan yang sudah diajarkan pada mata kuliah Social Media & Mobile Marketing. Dalam perkuliahan, format dibentuk dalam bentuk *sheets*, sedangkan dalam tempat praktik kerja magang format dilakukan dalam bentuk *deck*.
- 2) Secara teknis, kendalanya adalah Instagram @cretivox.intern merupakan Instagram baru yang dimulai dari 0 followers sehingga hasil performa seperti *likes, comment, share, views, dan engagement* yang didapatkan belum maksimal.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang dapat diberikan dalam menghadapi kendala-kendala yang terjadi selama proses penulis melakukan praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

- 1) Mempelajari ilmu yang sebelumnya tidak di dapatkan pada masa perkuliahan di tempat praktik kerja magang, kemudian penulis mencoba untuk professional dan mengikuti kebijakan yang diberikan oleh perusahaan sebagai bahan pembelajaran.
- 2) Beberapa konten dibantu dengan fitur *collaboration post* dengan akun utama, yaitu Instagram @cretivox untuk meningkatkan lebih banyak awareness terhadap akun @cretivox.intern agar lebih banyak orang yang mengikuti akun tersebut.