

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama periode magang di ENDEE communication, Penulis mengambil posisi sebagai Copywriter, dengan tanggung jawab untuk menjalankan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan rencana pembuatan konten media sosial. dan terjun langsung terhadap proses kreatif pembuatan iklan. Selama periode magang selama 640 jam kerja, saya bekerja di bawah supervisi Randy rinaldi, yang menjabat sebagai Akun Eksekutif kreatif.

Penulis bertugas untuk membantu proses kreatif pembuatan iklan di digital media serta mendukung perusahaan dalam mempromosikan dan memaksimalkan penggunaan media sosial. Sasaran utamanya adalah membantu klien Formula dan Sunco dalam memperkenalkan produk mereka serta membangun kesadaran merek di platform media digital dengan cara yang lebih menarik dan efisien, sekaligus memastikan bahwa jangkauan media sosial mencakup segmen pasar yang menjadi target Formula.

Penulis berperan aktif dalam proses pembuatan iklan minyak Sunco secara langsung, termasuk membuat dan menyusun Storyboard yang diperlukan serta diberi kesempatan untuk mengutarakan ide secara langsung. Selain itu, penulis juga berperan dalam mencari ide campaign untuk brand advance. Selain membantu produksi, tugas Penulis dalam kerja magang ini adalah membuat monthly report untuk semua media sosial Formula dan membuat editorial plan serta membuat materi post instagram.

Selama proses magang menjadi seorang copywriter penulis menggunakan konsep konsep yang telah di pelajari selama masa kuliah terutama konsep *Direct marketing* serta konsep *Transmedia & Brand Story telling*, dimana penulis menerapkan konsep tersebut untuk menulis copy serta pembentukan ide kreatif.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama enam ratus empat puluh jam magang, berbagai macam tugas dilakukan mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan yang melibatkan banyak orang. Kegiatan ini mencakup pembuatan konsep dan pengambilan gambar. Tugas-tugas tersebut memerlukan keterampilan dan pemahaman dasar mengenai bagaimana membuat tulisan yang menggaet audiens serta dapat menjangkau target pemasaran dengan tepat.

3.2.1 Tugas kerja Magang

Tugas yang dilakukan oleh seorang copywriter dan spesialis sosial media dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

| | |
|----------------------------|---|
| Headline & copy | Menyusun judul dan teks untuk iklan materi yang sedang dirancang dengan memilih kata-kata yang menarik serta menggugah untuk menarik perhatian dan memengaruhi target audiens @Formulaoralcare. |
| Reference | Menemukan sumber gambar yang cocok dengan judul dan teks yang telah ditulis, sehingga tim desain dan klien dapat membayangkan produk visual yang akan diciptakan oleh tim desain. |
| Caption | Menyusun keterangan yang berkaitan dengan judul, tulisan, dan referensi agar sejalan dengan informasi yang ingin disampaikan. |
| Producer | Membantu merancang dan mengikuti proses syuting company profile Mitra 10 |
| Creative | Mencari serta menyusun konsep iklan brand Sunco yang berupa story board dan stillomatic |
| Monthly Report | Membuat rekap hasil pertumbuhan atau penurunan media sosial @Formulaoralcare untuk dipresentasikan kepada klien |

Tabel 3. 1

| Brand | Jobdesk | September | | | | Oktober | | | | November | | | | Desember | | | |
|------------------------|-----------------|-----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Formula | Headline & copy | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Formula | Reference | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Formula | Caption | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sunco, Relaxa, Formula | Creative | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Formula | Monthly Report | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabel 3. 2

Selama proses magang yang berlangsung selama enam ratus empat puluh jam, banyak tugas telah dikerjakan, mulai dari perencanaan sampai pelaksanaan, yang melibatkan kerjasama dengan berbagai pihak. Aktivitas ini memerlukan keterampilan serta pengetahuan dasar mengenai media sosial dan pembuatan video.

Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas yang dilakukan oleh seorang copywriter dan spesialis sosial media dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

A. Headline & Copy

Penulis menyusun rencana Editorial setiap bulan untuk konten yang akan diposting di akun instagram @Formulaoralcare. Dimana dalam penyusunan headline penulis menggunakan teori **AIDA** yang di kembangkan oleh Elias st. Elmo lewis dimana dalam teori ini berisi *Attention, Interest, Desire, Action*. Dimana dalam penjabarannya yang pertama adalah *Attention*, penulis melihat bahwa cara menarik untuk menarik audiens dari sikat gigi Formula ini adalah membuat tulisan yang

singkat dengan bahasa gen z. selanjutnya penulis melihat dari sudut pandang *Interest* penulis membuat headline yang mengangkat keunggulan dari produk Formula itu sendiri sehingga membuat audiens tertarik untuk mencari tahu dari produk Formula itu sendiri selanjutnya dari sudut *Desire* dimana penulis menulis sebuah headline yang sesuai dengan keuntungan apa yang akan di dapat dari membeli produk Formula, dan terakhir penulis melihat dari sudut pandang *Action* dimana penulis membuat headline yang sesuai dengan tindakan marketing yang telah oleh Formula untuk menggaet pelanggan seperti hadiah produk ataupun promo promo yang sudah berlangsung.

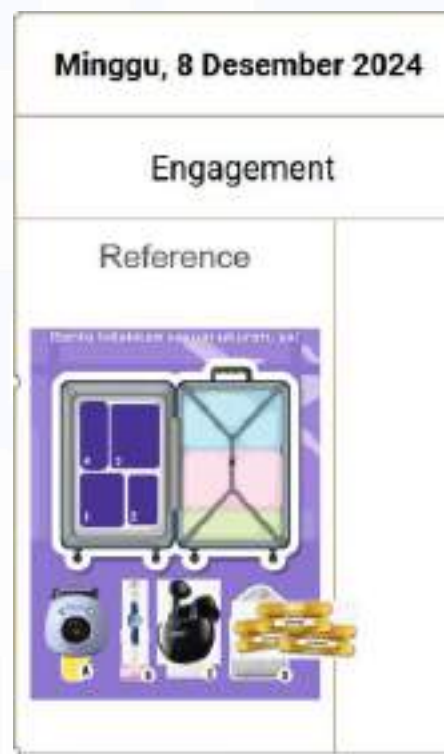
| | | | |
|-------------------------|--|----------------|--|
| Sabtu, 14 Desember 2024 | | Instagram Feed | Topic: Weekend |
| Engagement | | | 1 post |
| Reference |  | | COPY Temukan perbedaan dari 2 foto dibawah ini Gambar 1 Gambar 2 CAPTION Dapatkan hadiah spesial @india111 #weekend |

Gambar 3. 1

B. Reference

Dalam membuat sebuah konten, Specialis Media Sosial akan mencari referensi konten. Karena dalam pembuatan konten, referensi berfungsi

sebagai acuan terhadap ide-ide dan sumber informasi yang dipakai dalam sebuah konten. Sebelum memulai produksi, penting untuk membuat rencana konten yang jelas. Ini meliputi pemilihan headline, copy, caption, dan reference. Serta perencanaan konten harus mempertimbangkan pertanyaan-pertanyaan seperti: Apakah konten ini menjual? Siapa audiens targetnya? Bagaimana konten ini bisa berbeda dari konten lain yang sudah ada di pasar?



Gambar 3. 2

C. Caption

Untuk menyusun media sosial sendiri kita memiliki opsi untuk memperjelas konten yang ingin kita bagikan dengan membuat lalu menambahkan caption pada konten yang akan kita posting. Namun sebelum itu caption yang dibuat harus di pikirkan dengan matang serta terdapat kalimat *call to action* yang dapat mengundang perhatian audiens. Signifikansi menjaga sopan santun saat berbicara terlihat jelas, karena sopan

santun harus dianggap sebagai hal yang krusial. Ia berpendapat bahwa prinsip sopan santun berfungsi sebagai pedoman dalam dialog untuk meminimalkan potensi situasi tidak nyaman yang bisa menyebabkan masalah akibat kebingungan antara pembicara dan pendengar.

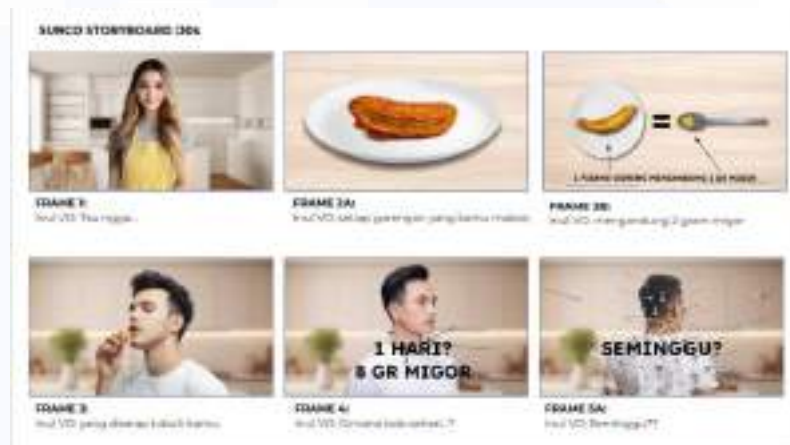


Gambar 3. 3

D. Creative

Penulis juga sering mendapatkan pekerjaan untuk membantu pembuatan ide kreatif untuk iklan sebuah produk, tetapi yang proses pembuatan iklan *Sunco* lah yang paling membekas selama penulis menjalani masa magang, hal ini di karenakan penulis bisa melihat proses pembuatan iklan dari brief yang diberikan oleh klien *Account executive*, yang kemudian di terjemahkan menjadi sebuah brief pasti yang selanjutnya di berikan kepada departemen kreatif, dimana dalam brief tersebut iklan harus menggunakan metode *Hard selling*, dengan 3 pesan utama yang yaitu Sunco minyak goreng cair, Sunco minyak goreng bening, Sunco tidak cepat hitam, dari brief tersebut tim WDYT akhirnya menerjemahkan dengan membuat sebuah rancangan iklan yang di dalamnya terdapat naskah, Story board yang didalamnya berisi Fotage Fotage yang penulis cari beserta team cari melalui youtube, shutterstock, dan AI, dan terakhir yaitu dummy video. Dimana dalam iklan sunco ini dibutuhkan konsep

Copywriting untuk *Product-specific*, dimana berfokus untuk menciptakan iklan yang berfokus mengenai manfaat atau kelebihan dan membuat segelanya tampak sederhana sehingga mudah untuk di pahami dan di mengerti oleh banyak orang.



Gambar 3. 4

E. Monthly Report

Setiap bulan, penulis memberikan presentasi tentang perubahan atau penurunan interaksi di akun Instagram @Formulaoralcare. Secara keseluruhan, laporan ini berperan sebagai tinjauan tentang apa yang telah berlangsung, tempat terjadinya, waktu kejadian, alasan di baliknya, pihak yang bertanggung jawab, dan cara terjadinya. Konsep ini sering disebut dengan istilah 5W 1H. laporan adalah "pesan yang disusun secara sistematis dan objektif, digunakan untuk mengkomunikasikan informasi dari satu bagian organisasi ke bagian lain atau ke lembaga lain, dengan tujuan membantu pengambilan keputusan atau menyelesaikan masalah." Penulis memerlukan informasi dari Instagram, termasuk jumlah pengikut, interaksi, jangkauan, iklan, konten organik, dan kunjungan akun. Sedangkan untuk TikTok, data yang perlu dikumpulkan adalah total tayangan, jumlah pengikut, jangkauan, interaksi, tayangan unik, suka, komentar, berbagi, iklan, konten organik, dan tampilan profil. Data yang paling penting untuk laporan pesaing adalah jangkauan, interaksi,

pengikut, dan aktivitas yang berlangsung setiap bulan. Di samping itu, laporan juga harus menyampaikan kesimpulan yang jelas, seperti penjelasan tentang penyebab naik atau turunnya interaksi. Jika interaksi mengalami penurunan, maka tugas Sr. Social Media Specialist dan Social Media Intern selanjutnya adalah merancang ide-ide kreatif untuk konten demi meningkatkan interaksi pada bulan berikutnya.



Gambar 3. 5

3.3 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang dihadapi oleh penulis selama menjalani masa magang, adalah menerapkan konsep yang telah di pelajari selama kuliah. Dimana kenadalnya adalah selama penulis bekerja kita tidak bisa hanya berpatokan pada satu konsep untuk satu pekerjaan, terkadang kita harus menggunakan berbagai macam konsep untuk sebuah pekerjaan, dimana kendalanya utamanya adalah ketidaksuaian konsep yang digunakan oleh penulis untuk pembuatan sebuah headline dengan konsep yang di pikirkan oleh kepala departemen kreatif,dana terkadang fakta di lapangan adalah ada beberapa perkerjaan yang harus di kerjakan lebih membutuhkan pengalaman disbanding konsep yang pernah di pelajari selama masa perkuliahan .

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusinya adalah dalam sebuah proses pembuatan ide kreatif untuk ada proses pertama yang perlu di lakukan yaitu *Brainstorming* dimana dalam proses

ini tim penulis menentukan bagaimana konsep awal yang akan di gunakan untuk pembuatan iklan ini agar seluruh tim kompak dan tidak ada yang jalan sendiri, sehingga iklan tersebut bisa selesai dengan baik sebelum deadline yang di tentukan Bersama oleh klien. Dan beberapa kali supervisor penulis memberikan pengarahannya serta membantu pekerjaan penulis dengan penngalaman dia miliki

