

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama Penulis melaksanakan praktek kerja Magang di PT Entropi Global Martech sebagai KOL *Specialist Intern*, Penulis mendapatkan bimbingan awal oleh *Human Resources* untuk pembuatan akun pribadi dan pengarahannya ke divisi *Social Ecommerce Specialist*. Rizal Novriyanto selaku pemimpin dalam divisi *Social Ecommerce*, bertanggung jawab secara penuh untuk mengarahkan dan mengevaluasi progress tim yang terdiri dari Widya Kumarasari, Zein Shahnas dan Marselina Titanni selaku penulis.

Penulis diberikan tanggung jawab untuk berkomunikasi secara langsung dengan KOL terkait *campaign* yang sedang berjalan dan yang akan datang. Selama *campaign* berjalan, penulis melakukan *request free samples* kepada KOL untuk kebutuhan konten berupa *Vidio/Live Streaming*, memberikan *brief* dan *reminder* KOL terkait SOW yang berlaku. SOW merupakan *Statement Of Work* yang merupakan pengikat antara dua hukum mengenai perjanjian kerja yang sedang dilaksanakan. Penulis diarahkan untuk melakukan *listing* KOL dari berbagai kategori guna kebutuhan *campaign* yang akan datang. Penulis juga bertukar pendapat dengan tim guna mendapatkan hasil yang maksimal.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Proses kerja magang yang dilaksanakan selama empat bulan diuraikan ke dalam beberapa jenis pekerjaan, selama proses magang penulis diarahkan oleh ketua dalam tim divisi yang telah dibentuk. Berikut tugas yang dilaksanakan oleh penulis, diantaranya :

1. Analisa/ *Listing influencer & KOL*, mencari kesesuaian persona dan kategori bersama dengan *budget* dan ketentuan *brand* dalam *campaign* yang sedang berlangsung.

2. Menyampaikan *brief*, *product knowledge* dan SOW kepada *influencer* & KOL di dalam *campaign* yang sedang berlangsung.
3. Melakukan *request free samples* untuk *influencer* & KOL yang akan digunakan untuk pembuatan konten berupa Vidio /*Live Streaming*.
4. Evaluasi, melihat kinerja secara keseluruhan hasil pemasaran oleh *influencer* & KOL serta melakukan *reminder* perihal SOW yang sudah ditetapkan dalam *campaign* yang sedang berlangsung.
5. Menanggapi segala bentuk keluhan KOL terkait media *TikTok* dan *campaign*.
6. Melakukan penyaringan pada pengajuan *brand* yang ingin bekerja sama sesuai dengan ketentuan agensi Entropi.

Selama praktek kerja magang, penulis telah berkontribusi dalam beberapa *campaign external*, diantaranya :

- Voorjou
- Bagin Bags
- Posee
- KKTOP
- Nova Tissue
- Rogabite
- Gelifood
- Hijabmoodbeauty
- Lightmarkofficial
- Ursnack Indonesia
- Lookla
- BomaBomi

Pada seluruh *campaign* diatas Penulis telah berhasil menjalankan *campaign* pada tahap *Listing*, *Request Free Samples* dan juga Evaluasi. Berikut adalah contoh *brand campaign* beserta uraian dari penulis, setiap *campaign* memiliki uraian tugas yang kurang lebihnya sama.

NAMA TUGAS	DESKRIPSI TUGAS
Hijabmoodbeauty	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>listing</i> berdasarkan <i>persona</i> dan kategori dari <i>meeting</i> yang telah dilakukan. Dalam kategori ini adalah KOL yang mengerti <i>fashion</i> dan muslimah. • Membuat <i>list</i> di <i>GoogleSheet</i> yang berisikan Nama, Akun <i>TikTok</i>, Alamat, Nomor telepon, dan produk variasi yang dipilih. • Membuat <i>group Whatsapp</i> dengan judul <i>campaign</i> tersebut. • Membagikan <i>link GoogleSheet</i>, <i>SOW</i> yang berlaku, <i>product knowledge</i> dan <i>brief</i> kepada KOL yang berada di dalam <i>group</i>. • Melakukan <i>request free samples</i> sesuai dengan data <i>GoogleSheet</i>. • Secara berkala melakukan <i>checking postingan</i>. (dari segi konten, <i>SOW</i>, <i>product knowledge</i> dan <i>brief</i> yang telah ditetapkan)

	<ul style="list-style-type: none"> • Setelah <i>campaign</i> berjalan selama kurang lebih 1 bulan, penulis akan membagikan <i>link</i> pengisian <i>Google form</i> yang merupakan <i>Report</i>.
--	--

Selama menjalankan proses kerja magang sebagai *KOL Specialist* penulis menemukan hal-hal yang relevan dengan mata kuliah yang penulis telah pelajari selama masa perkuliahan seperti *Account Planning & Management* yang mempelajari tentang peran *Account Planner* di *Advertising Agency* sebagai penggerak utama yang mengetahui serta terlibat secara penuh dalam proses *campaign*, penulis mengimplementasikan mata kuliah tersebut dengan mengikuti cara seorang *Account Planner* dalam memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan pada *campaign* yang sedang berjalan, menjalin komunikasi yang tepat pada pemangku kepentingan dan menjalankan persiapan, eksekusi, monitor juga evaluasi *campaign*. Selanjutnya ada *Advertising Business & Management*, penulis menemukan relevansi tentang bagaimana agensi meningkatkan klien baru dan menghindari hal – hal yang membuat agensi kehilangan klien. Lalu pada mata kuliah *Social media & Mobile marketing strategy* penulis menemukan relevansi cara tentang manajemen hubungan *influencer* serta konten viral. Dan yang terakhir pada mata kuliah *Communication & Personal Relationship* penulis dihadapkan ketika menjalin relasi dengan KOL untuk menawarkan kerjasama dengan harapan relasi yang dibangun dapat terjalin untuk kerja sama jangka panjang.

3.2.2 Uraian Kerja Magang

1. Melakukan Analisa/ *Listing influencer & KOL*. Tahap pertama ketika sudah melakukan perjanjian dengan *brand* terkait *campaign* yang akan berlangsung, penulis akan mencari *influencer & KOL* yang berpotensi

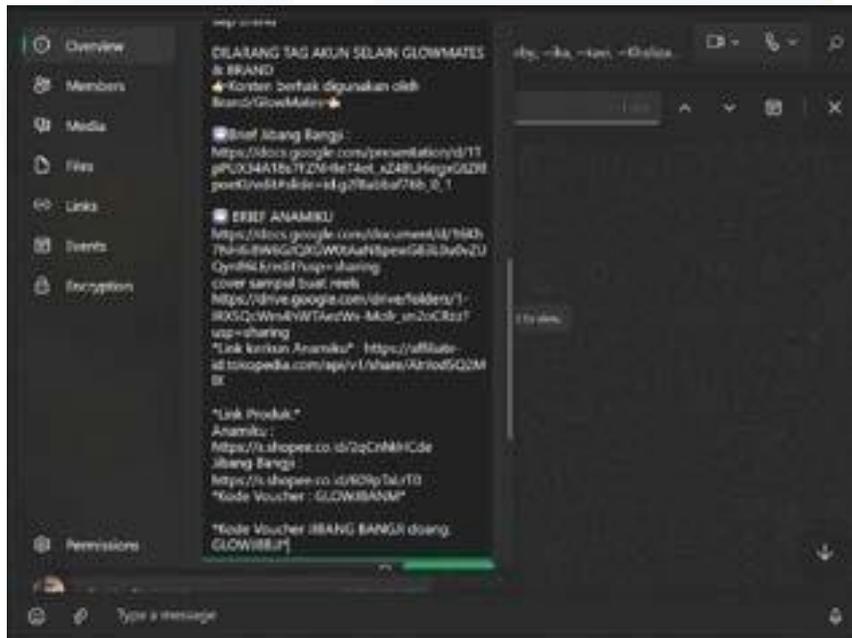
serta sesuai dengan kategori yang berasal dari agensi Entropi seperti jumlah followers minimal 1000, cara pembuatan kalimat harus menarik, dan juga resolusi vidio harus tajam. Dalam tahap awal ini Penulis menerapkan Strategi Komunikasi Humas Menurut (Raturahmi et al., 2021) , tahap awalnya adalah Analisis situasi meliputi kegiatan meneliti atau mengawasi dari sisi pengetahuan, pendapat, sikap serta tingkah laku khalayak seperti pihak yang berkepentingan atau terpengaruh oleh kebijakan perusahaan. Berikut adalah salah satu contoh *campaign* yang didapatkan selama proses kerja magang berlangsung dengan judul “*Fashion Seller x Entropi*” yang bekerja sama dengan *brand* Hijabmoodbeauty dengan kategori KOL Muslimah yang mengerti *fashion* dan mau melakukan *try on* pada produk yang diberikan.

Gambar 3.1 Data KOL *campaign* Hijabmoodbeauty

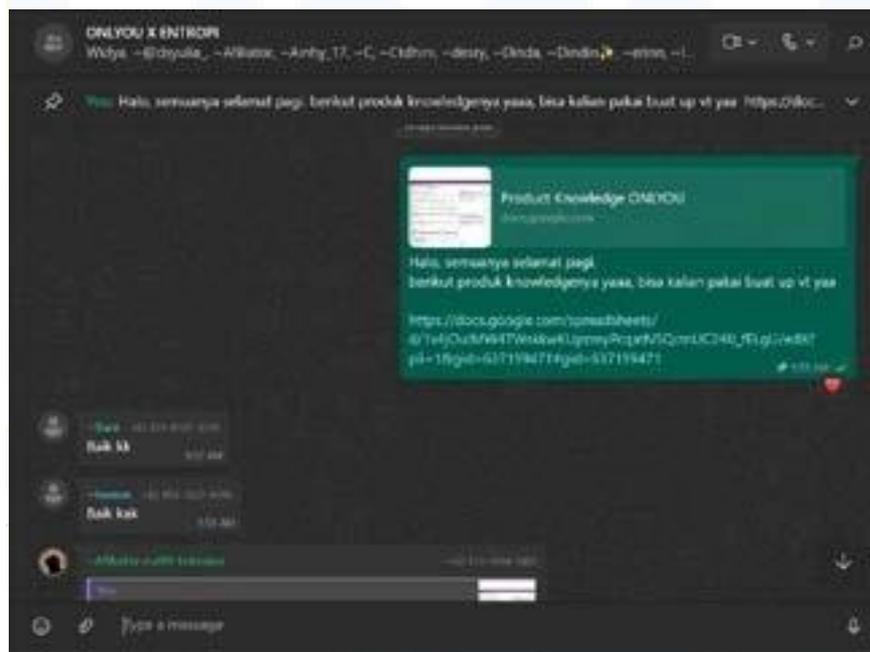
2. Sebelum KOL melakukan *post* konten, penulis akan memberikan *brief* serta *product knowledge* yang diberikan oleh *brand* dan SOW yang berlaku dari pihak Entropi melalui *group Whatsapp* yang telah dibuat sejak *campaign* berlangsung. *Brief* dalam sebuah *campaign* yang berjalan merupakan suatu arahan untuk membantu KOL dalam pembuatan konten, umumnya dalam *brief* akan menyertakan contoh konten milik KOL lainnya agar lebih jelas. Selanjutnya, *product knowledge* merupakan informasi mengenai produk yang akan jadi inti dari pemasaran seperti kandungan didalam produk serta cara penggunaan produk untuk bahan pembuatan vidio *influencer & KOL*.

Dan yang terakhir adalah penyampaian kembali mengenai *statement of work*(SOW) yang merupakan perjanjian kerja antar dua belah pihak yang telah ditetapkan oleh agensi Entropi. Dalam menyampaikan hal-hal diatas, Penulis berusaha mencapai tujuan *campaign* Perusahaan ini dengan berlandaskan rancangan komunikasi yang akan mempengaruhi reputasi baik dan pencitraan Perusahaan di kemudian hari. (Aryaningsih, 2022)

Berikut adalah beberapa contoh dari *campaign* yang telah terlaksana :



Gambar 3.2 Contoh *brief* kepada KOL



Gambar 3.3 contoh *product knowledge* kepada KOL



Gambar 3.4 contoh SOW Agensi Entropi

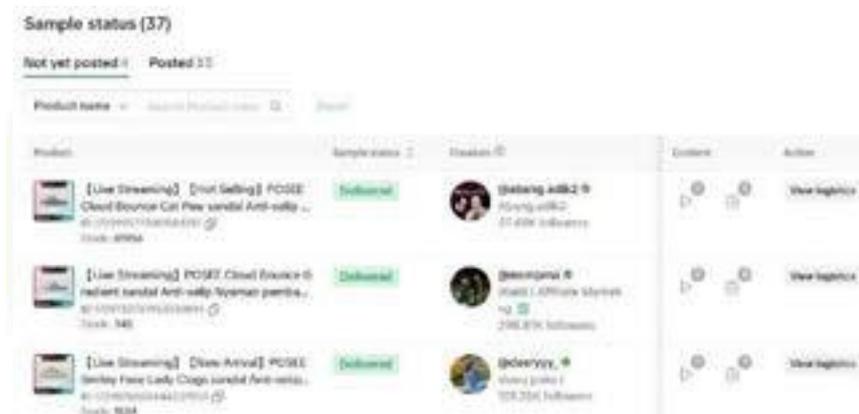
3. Penulis juga diberikan tanggung jawab penuh untuk melakukan *request free samples* produk dari *campaign* yang sedang berlangsung. *Free samples* merupakan produk yang disediakan oleh *brand/seller* secara gratis dan dapat dimiliki oleh *influencer & KOL* yang terpilih. Tugas penulis disini melakukan *request* produk sesuai dengan keinginan keduanya, dimana pada tahap sebelumnya telah dilakukan pembagian *Google form* untuk mengisi jenis apa yang *influencer & KOL* inginkan. *Free samples* diberikan untuk pembuatan konten pemasaran sesuai dengan SOW yang berlaku, contohnya untuk 1 produk *free samples* diharuskan *upload* 3 video konten dalam kurun waktu 14 hari.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.5 *request free samples* dari *campaign* Posee

4. Selama *campaign* berlangsung, penulis melakukan *checking* konten atau tinjauan ulang terhadap konten-konten yang telah di *upload* oleh *influencer* & KOL. Seperti jika keduanya tidak melakukan sesuai dengan *brief* yang telah ada, tidak *upload* dengan jumlah yang telah di tetapkan serta tenggat waktu yang diberikan, penulis diberikan tanggung jawab untuk melakukan *reminder* melalui *personal chat*. Berikut adalah beberapa contoh *campaign*:

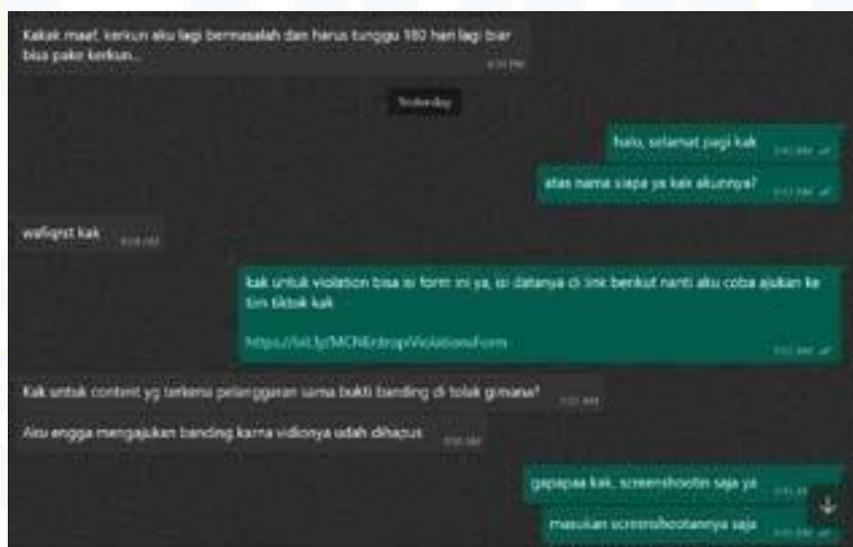


Gambar 3.6 *samples status* dari *campaign* Posee



Gambar 3.7 contoh percakapan *reminder campaign*

- Selain memantau berjalannya *campaign*, penulis juga menanggapi apa yang KOL butuhkan, contohnya seperti komplain perihal pelanggaran yang didapatkan oleh KOL, Penulis akan membantu untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan melakukan *list* yang kemudian akan diteruskan oleh tim dan diajukan masalahnya kepada pihak tim *TikTok*. Dalam hal ini Penulis berusaha membangun komunikasi yang efektif agar meningkatkan kepercayaan, memperkuat kemitraan dan menciptakan lingkungan kerja sehat yang kemudian akan saling menguntungkan sehingga terbentuk hubungan yang berkelanjutan (Revaldesnita et al., 2023).



Gambar 3.8 percakapan kebutuhan KOL

6. Penulis melakukan penerimaan dan penolakan kerja sama dari pihak *brand* melalui *website TikTok Partner Shop*. Penulis menyesuaikan pengajuan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku, misalnya jumlah komisi, *rating* toko *brand* serta jumlah *free samples* yang di tetapkan.



Gambar 3.9 pengajuan kerjasama dari *brand* ke pihak agensi Entropi

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam melakukan proses kerja magang sebagai KOL *Specialist Intern* terdapat beberapa kendala yang Penulis hadapi yaitu :

1. Kendala kredibilitas *Influencer* untuk di tempatkan di *campaign*. Penulis harus memilah lebih jauh *Influencer* yang akan terlibat di dalam *campaign* karena penulis kerap menemukan *Influencer* yang kurang profesional seperti tidak menjalankan *campaign* sesuai dengan SOW yang berlaku, menghilang saat *campaign* berlangsung, tidak memberikan *report* disaat *campaign* selesai, tidak menggunakan *link* keranjang kuning yang diberikan oleh pihak Entropi.
2. Negosiasi kedua belah pihak. Penulis harus melakukan negosiasi dengan *brand* dan juga KOL yang terlibat di dalam *campaign*, sering kali penulis menemukan ketidakcocokan SOW menurut KOL dan ketidakcocokan menurut brand.

3. Kendala disaat *Influencer* & KOL mendapatkan pelanggaran. Penulis sering menjumpai komplain dari KOL karena akun yang dimilikinya terkena pelanggaran dari pihak *Applikasi TikTok*.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Untuk menempatkan *Influencer* yang kredibilitasnya tergolong baik, Penulis telah memilah dan melakukan *listing* terhadap *Influencer* tersebut. Disisi lain untuk *Influencer* yang kurang profesional, penulis tetap membantu para *Influencer* tersebut dengan cara melakukan *reminder* melalui *personal chat* sesuai dengan jam kerja.
2. Selama proses kerja magang, penulis menjadi terlatih untuk melakukan negosiasi dengan KOL dan *brand* dengan mengutamakan keuntungan di semua pihak.
3. Penulis menanggapi komplain dari *Influencer* & KOL dan melakukan aju banding bagi akun yang terkena pelanggaran. Untuk akun lainnya penulis memberikan arahan agar tetap aman. Contoh arahannya yaitu, menjaga tutur kata dan sikap di dalam konten yang akan dibawakan.

