

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam proses kerja magang, penulis melakukan kerja magang selama 666,5 jam kerja / 83 hari, yang terhitung dari tanggal 5 September 2024 – 24 Januari 2025 berdasarkan surat penerimaan perusahaan oleh *human capital* BigBox Telkom Indonesia. Posisi penulis dalam BigBox Telkom Indonesia yaitu sebagai “*CRM & Assurance Digital*”. Selama pelaksanaan magang, penulis berada dalam bimbingan Salma Adilah Putri selaku *Staff CRM & Assurance Digital* BigBox Telkom Indonesia, serta mendapatkan bimbingan tambahan oleh *Staff CRM & Assurance Digital* Anton Apriansyah. Penulis mengemban tugas yang diberikan oleh bimbingan Salma Adilah Putri dan Anton Apriansyah untuk membantu tim *marketing* dalam melakukan segala aktivitas pemasaran produk yang akan diunggah melalui media sosial Instagram @bigboxcoid. Dalam proses kerja magang, penulis bersama tim akan berkordinasi dengan Salma Adilah Putri dan Anton Apriansyah melalui grup WhatsApp tim digital marketing, kordinasi ini meliputi pemberian tugas serta *brainstorming* dan revisi jika terdapat kesalahan dalam pembuatan konten. Ketika melakukan pembuatan konten, terdapat perancangan serta *briefing* dari divisi *digital marketing* yang akan disesuaikan dengan tren serta *keyword* yang telah dibuat melalui *social media analytics*, lalu penulis akan bertugas melakukan promosi produk sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan baik itu berupa foto maupun video yang berisikan kalimat promosi secara *soft selling* atau *hard selling* untuk ditujukan kepada audiens.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam proses kerja magang, penulis melakukan beberapa pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan yang berkaitan dengan *digital marketing*, seperti merancang *content plan* dan *content brief* yang akan dibuat menjadi konten promosi mengenai produk digital dalam bentuk foto maupun video yang akan dipublikasikan melalui Instagram @bigboxcoid, membuat *copywriting* terkait materi postingan yang akan dipublikasikan melalui Instagram. Berikut ini

merupakan detail pekerjaan magang apa saja yang telah penulis lakukan selama 83 hari:

Pekerjaan	Keterangan
<i>Content Planning</i>	<p>Melakukan pencarian referensi konten bersama divisi digital marketing. Setelah menemukan referensi yang sesuai dengan arahan mentor, lalu membuat <i>content plan</i> dan <i>brief</i>.</p> <p><i>Content plan</i> dan <i>brief</i> ini berisikan tema dan pesan utama konten, memilih jenis konten, serta mencantumkan detail seperti penulisan <i>caption</i>, konsep konten, dan produk yang akan diangkat.</p> <p>Membuat naskah konten dengan detail mengenai music yang akan digunakan, isi konten, dan cara pengambilan video.</p>
Content Production	<p>Melakukan proses pengambilan video di kantor Telkom dengan persetujuan mentor atas hasil <i>content brief</i> yang telah dikerjakan sebelumnya.</p> <p>Mengolah video yang telah direkam menggunakan aplikasi edit video CapCut sesuai arahan mentor.</p> <p>Membuat copywriting untuk caption yang akan digunakan saat konten ingin diunggah.</p>
Telemarketing	<p>Menginput data calon pelanggan yang mendaftar melalui situs bigbox.ai serta menghubungi calon pelanggan untuk menawarkan produk BigBox.</p> <p>Membuat company profile yang ditujukan kepada pelanggan maupun calon pelanggan BigBox.</p>

Tugas Tambahan	Bertugas sebagai panitia dokumentasi pada acara BigBox Day 2024 bersama Muja Wahidin selaku ketua panitia dokumentasi. Tugas meliputi pengambilan gambar dan video, serta mengedit cuplikan video untuk konten BigBox.
----------------	--

3.2.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan tugas yang akan dilakukan oleh seorang Digital Marketing dalam aktivitas magang sebagai berikut:

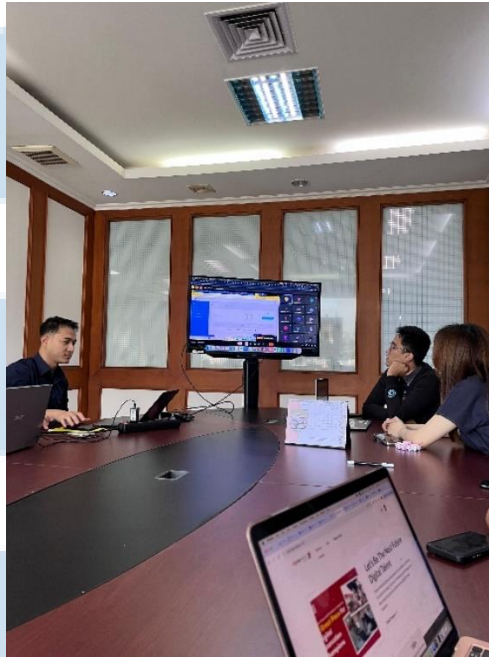
3.2.1.1. Content Planning

3.2.3.1.1 Brainstorming

Menurut (Amin dalam Damaris, E., Felix, Harahap, M., 2020) *brainstorming* merupakan sebuah metode yang mendorong seseorang untuk memiliki kemampuan berpikir kritis, pengambilan keputusan, keterbukaan, serta menyampaikan secara efektif dalam memecahkan suatu masalah.

Gambar 3.1 Proses Brainstorming dengan Melakukan Rapat





Sumber: Internal perusahaan

Dalam melakukan *brainstorming*, penulis melakukan pencarian referensi konten bersama dengan manager divisi Digital Marketing serta dengan para staff divisi melalui sosial media, pencarian ini meliputi perencanaan tema yang akan dijadikan konten dalam satu bulan, mencari tren di media sosial, dan melakukan pencarian *keyword* yang relevan sesuai tema yang telah ditrencanakan. Setelah menemukan tema dan konsep yang sesuai dengan arahan dari mentor penulis, lalu selanjutnya adalah menentukan produk apa yang ingin dibahas atau dipromosikan yang nantinya akan dihubungkan dengan tema tersebut.

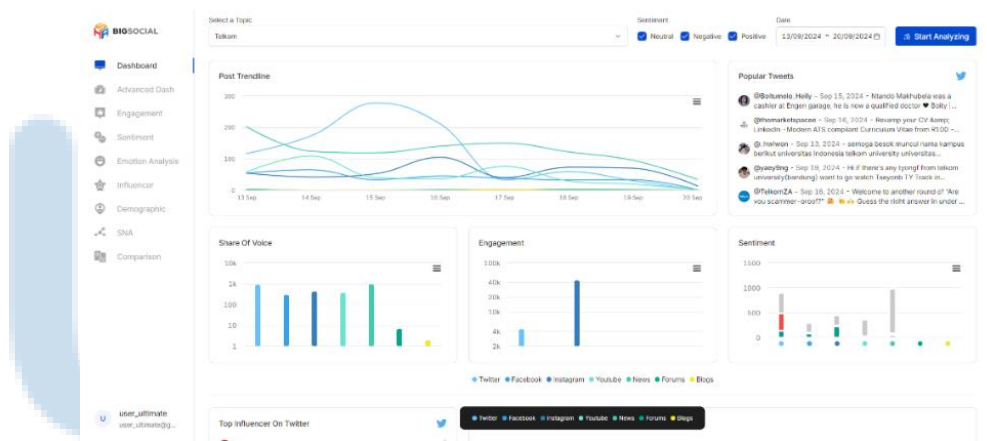
3.2.3.1.2 Melakukan Riset Topik

Dalam membuat konten yang relevan, penulis diberikan tugas oleh mentor untuk melakukan riset topik terkini yang relevan dengan industri teknologi dan BigBox. Riset ini bertujuan untuk mengidentifikasi tren terbaru, perkembangan teknologi dalam industry bisnis, serta mencari peluang baru dalam membuat konten yang tepat. Sebagai pendukung untuk melakukan riset topik ini, penulis mendapatkan bekal melalui mata kuliah

social media & mobile strategy sekaligus belajar lebih baik lagi dalam menggunakan alat riset, seperti Google Trends, Google Keyword, dan BigSocial untuk mendapatkan data dan wawasan dalam menyusun strategi konten dan pemasaran. Dalam melakukan riset topik, penulis mencari terlebih dahulu terkait *keyword* yang diinginkan melalui berbagai alat riset yang digunakan. Kemudian setelah mencari keyword yang diinginkan, penulis akan mengambil sentiment analisis masyarakat, serta seberapa banyak keyword yang telah ditentukan ini dibicarakan oleh masyarakat. Setelah melakukan riset, hasil riset ini akan penulis masukkan

Riset topik ini juga dapat membantu dalam memahami kebutuhan serta preferensi audiens, sehingga penulis dapat menyusun konten yang relevan dan menarik. Selain itu, penulis juga mendapatkan keterampilan serta wawasan lebih karena telah diberikan kesempatan dalam melakukan riset topik untuk membantu tim *digital marketing* dalam mengambil keputusan yang tepat serta efektif dalam membuat konten yang relevan.

Gambar 3.2 Riset topik menggunakan BigSocial



Sumber: Platform BigSocial

3.2.3.1.3 Pembuatan Content Plan dan Brief

Dalam membuat *content plan*, penulis akan berkordinasi dengan tim digital marketing untuk melakukan riset topik melalui BigSocial dan media

sosial serta *brainstorming* untuk mencari ide yang bagus dalam membuat konsep konten yang akan dibuat dalam *content plan* dan *brief* nantinya.

Gambar 3.3 Hasil content plan dan content brief yang telah disusun

Konten Minggu Ke-1 Oktober				
Topik	Tipe Konten	Konsep	Tujuan Konten	Produk
4 Tools Berguna Untuk Social Media Marketing	Carousel	Menjelaskan 5 tools berguna untuk kebutuhan audiens dalam melakukan social media marketing. Tools nya adalah Canva, Spreadsheet, Slack, dan RigSocial	Soft Selling	BigSocial
Mengapa Analisis Sosial Media itu penting	Carousel	Dimulai dari penjelasan apa itu media sosial selanjutnya menjelaskan manfaat sosial media analisis seperti memahami audiens, Mengukur Efektivitas Kampanye, mengidentifikasi tren, dan optimalisasi anggaran.	Education	BigSocial
Edukasi tentang Social Media Analytics	Carousel, Feeds Instagram	Menjelaskan apa itu Social Media Analytics dan memakai CTA pada akhir feeds	Educational content and soft selling.	BigSocial

Ide Konten	
Platform	INSTAGRAM, FACEBOOK, LINKEDIN, DAN TWITTER
Post Date	27 November 2024
Content Pillar	Soft Selling - Pilkada 2024
Topic	Persuasif untuk melaksanakan Pilkada 2024
Saran Visual	<p>Palet Warna</p> <ul style="list-style-type: none"> Kombinasi merah dan putih untuk mencerminkan warna khas Indonesia. Gambar tangan mencoblos kertas suara di kotak suara, dengan ekspresi semangat dan antusiasme.
Caption	<p>Masa depan daerahmu ada di tanganmu! Pilkada 2024 adalah kesempatan kita untuk memilih pemimpin yang peduli dan membawa perubahan. Jangan sia-siakan hak pilihmu. Karena satu suara bisa membuat perbedaan besar.</p> <p>Lalu tahukah kamu? Setiap suara yang tidak digunakan sama saja dengan membiarkan masa depan ditentukan tanpa dirimu.</p> <p>Maka dari itu, ayo ke TPS dan gunakan hak pilihmu! Jangan sampai Golput, karena suaramu adalah harapan kita semua.</p> <p>#BigBox #ArtificialIntelligence #TelkomIndonesia #Pilkada2024 #Suaramu.Berarti #JanganGolput</p>
	<p>Cover/Slide1 Cover/Slide1</p> <p>Next slide</p>

Sumber: Internal perusahaan

Setelah penulis melakukan riset topik serta ide konten yang ingin dibuat, penulis diberikan tugas untuk mengembangkan ide terkait topik yang telah ditemukan dengan menyusun *content plan* yang dibuat melalui Google

Slideshare yang tersusun dari topik konten, tipe konten, konsep konten, tujuan/objektif konten, dan produk yang ingin diangkat dalam konten. Setiap minggunya penulis membuat *content plan* ini sebanyak 3 konten yang nantinya akan direview oleh mentor terlebih dahulu apakah ide konten yang telah dibuat ini sesuai dengan arahan yang telah diberikan.

Setelah *content plan* yang telah dibuat mendapatkan persetujuan dari mentor, penulis akan membuat *content brief* yang dibuat melalui Google Slideshare yang tersusun dari tanggal diunggahnya konten, *content pillar*, topik konten, saran visual yang dibuat, dan *caption* untuk konten. Melalui *content plan* dan *content brief* ini, setiap konten yang telah dibuat oleh penulis akan direncanakan dari segi konsep ide, saran visual dan waktu unggahan yang relevan di media sosial @bigboxcoid, agar menarik perhatian calon klient dalam melihat *insight* pemasaran yang dilakukan oleh BigBox.

Dengan proses riset topik, *brainstorming*, serta penyusunan konten yang sistematis, pasti akan menghasilkan konten yang baik dan kreatif yang dapat menarik perhatian audiens dan memberikan insight yang relevan terkait konten yang dibuat. Berikut ini merupakan beberapa hasil konten yang penulis lakukan 4 bulan.

Gambar 3.4 Hasil Perencanaan Konten



Sumber: Instagram @bigboxai

3.2.2.1. Content Production

Dalam proses pembuatan video promosi, penulis berdiskusi terlebih dahulu dengan mentor divisi *digital marketing* Anton Apriyansyah mengenai produk apa yang harus dipromosikan terlebih dahulu ke dalam konten video. Kriteria dalam mempromosikan produk yang baik yaitu, mengemas video secara kreatif dan baik dari segi pengambilan video agar dapat dilihat dengan baik oleh audiens dan konten video relevan berdasarkan tren yang ada. Ketika penulis telah selesai melakukan brainstorming dengan mentor dan tim, penulis melakukan pengambilan video dengan menggunakan *smartphone* pribadi di kantor.

Setelah selesai melakukan pengambilan video, penulis melakukan proses edit video menggunakan perangkat lunak CapCut yang dimana penulis sudah menguasai keterampilan videografis sejak SMA. Dalam proses *editing*, penulis menambahkan efek visual, menambahkan *backsound audio*, dan menambahkan *caption* pada video agar audiens melihat video yang dihasilkan oleh penulis dengan baik. Setelah selesai melakukan proses *editing* video, penulis memberikan hasil konten yang sudah dibuat kepada mentor digital marketing serta *supervisor* untuk melakukan review terlebih dahulu apakah ada revisi atau tidak dari mereka. Setelah mendapatkan *approval*, konten video akan dikirimkan kepada mentor untuk segera melakukan *upload* pada media sosial @bigboxcoid.

Gambar 3.5 Konten promosi video di media sosial BigBox

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Sumber: Instagram @bigboxcoid

Hasil konten yang telah dibuat ini memiliki konsep untuk mempromosikan berbagai produk dari BigBox dengan dibuat secara *soft selling* ataupun *hard selling*. Selain mempromosikan, konten yang dibuat juga berisikan tentang pengetahuan produk dan konten edukasi perkembangan teknologi di Indonesia.

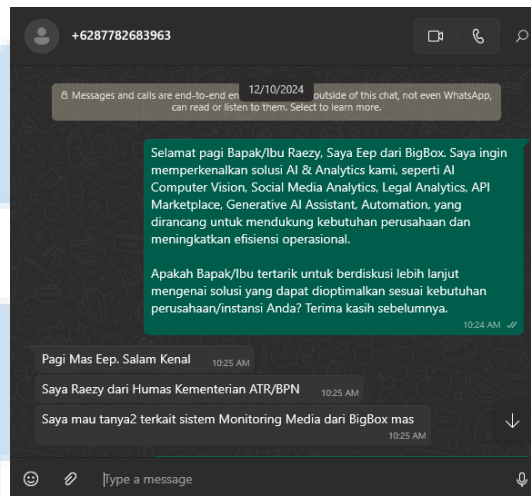
3.2.3.1. Telemarketing

3.2.3.1.1 Menghubungi Calon Pelanggan

Dalam menjalankan magang sebagai *CRM & Assurance Digital*, penulis ditugaskan untuk menghubungi calon klien yang ingin menggunakan produk BigBox melalui WhatsApp atau menggunakan telepon kantor.

Gambar 3.6 Menghubungi Calon Customer Via WhatsApp

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Sumber: Ponsel penulis

Ketika ingin melakukan telemarketing, penulis melihat data calon pelanggan terlebih dahulu melalui *Spreadsheet* yang telah terdata dari situs *bigbox.ai*, selanjutnya penulis melakukan telemarketing kepada calon pelanggan yang dipilih melalui WhatsApp atau menggunakan telepon kantor. Untuk proses telemarketing ini meliputi penawaran produk yang telah diminta oleh calon pelanggan melalui situs *bigbox.ai*, serta mendata calon pelanggan yang telah setuju untuk menggunakan produk *BigBox* ke dalam *Spreadsheet*.

3.2.3.1.2 Membuat Company Profile

Pada bulan November 2024 penulis dan tim ditugaskan oleh mentor untuk memegang *project* membuat *company profile* yang ditujukan kepada calon klien *BigBox*. Saat proses pembuatan *company profile* perusahaan, peran penulis sangat penting untuk menggambarkan citra perusahaan secara efektif kepada eksternal perusahaan. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab untuk memastikan citra perusahaan meningkat secara baik, sehingga menciptakan kesadaran merek yang lebih luas dan mendukung kesuksesan perusahaan.

Untuk membuat *company profile* yang efektif, penulis mempelajari semua produk dari *BigBox*, mengumpulkan informasi klien yang telah

bekerja sama dengan perusahaan. Setelah mencari informasi dan memahami produk dari perusahaan, penulis membuat rencana yang tepat untuk mempromosikan visi, misi, produk yang ditawarkan oleh BigBox, layanan & fitur yang dimiliki oleh BigBox, manfaat serta solusi yang didapatkan klien ketika memilih BigBox sebagai layanan *big data & AI, success story*, prestasi yang didapat oleh BigBox, dan *contact us*. Penulis dan tim saling membagi tugas dengan memberikan *jobdesk* masing-masing untuk memikirkan konsep desain seperti teks, gambar, video, dan infografis sebagai bentuk komunikasi terhadap citra perusahaan dengan konsep yang kreatif serta menarik bagi audiens, dan merumuskan rencana.

Setelah melalui berbagai tahapan yang telah dilalui, hasil akhir dari pembuatan company profile ini berhasil menggambarkan identitas serta nilai perusahaan secara jelas dan informatif. Dengan adanya company profile ini, calon klien mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai keunggulan BigBox sebagai penyedia layanan big data dan AI untuk membantu bisnis perusahaan tumbuh dan berkembang. Berikut ini merupakan tampilan visual dari company profile BigBox.

Gambar 3.7 *Powerpoint company profile BigBox*



Sumber: Internal perusahaan

3.2.4.1. Tugas Tambahan

3.2.3.1.1 BigBox Day 2024

Pada tanggal 9 Maret 2024, penulis diberikan peran untuk menjadi panitia Dokumentasi dalam acara BigBox Day 2024 oleh Harman selaku ketua pelaksana untuk acara tersebut. Dalam persiapan untuk membuat acara berjalan dengan baik, penulis beserta tim mempersiapkan segala kebutuhan acara seperti menentukan rundown pelaksanaan acara, menyusun anggaran konsumsi dan logistik, membagikan jobdesk masing-masing anggota, dan mempersiapkan peralatan teknis.

BigBox Day 2024 merupakan sebuah acara internal perusahaan yang bertujuan untuk memperkenalkan perusahaan dan tim BigBox kepada seluruh karyawan yang baru direkrut tahun 2024, sekaligus untuk mempererat hubungan antara anggota tim yang sudah ada. Dengan tema acara “Strategic Insights for a Game Changing 2025 to Achieve 100 Billion”, diharapkan BigBox dapat menjadi perusahaan yang menginspirasi setiap karyawan hingga pemimpin untuk bekerja secara inovatif, strategis, dan kolaboratif untuk mencapai pendapatan perusahaan yang telah ditentukan untuk tahun 2025 nantinya.

Ketika melakukan dokumentasi nanti, penulis akan bekerjasama dengan staff digital marketing Muja Wahidin sebagai mentor sekaligus partner dalam melakukan kegiatan dokumentasi pada acara BigBox Day 2024. Dalam menjalankan peran sebagai dokumentasi, penulis mempersiapkan peralatan teknis seperti kamera, melakukan survey lokasi, menentukan titik lokasi yang baik untuk pengambilan foto dan video, serta *brainstorming* terkait konten Instagram reels yang ingin dibuat pada saat acara BigBox Day 2024.

Pada tanggal 16 Desember 2023, penulis bersama tim mengecek segala persiapan untuk kebutuhan acara BigBox Day 2024 agar berjalan sesuai rencana yang sudah dibuat. Ketika acara telah dimulai, penulis bersama Muja Wahidin saling berkordinasi untuk melakukan pengambilan foto dan video agar sesuai prosedur dan standar yang telah ditentukan oleh panitia.

Setelah acara selesai, panitia dikumpulkan menjadi satu untuk melakukan evaluasi terkait apa saja yang kurang pada saat acara berlangsung, serta membahas apa yang perlu diperbaiki lagi saat acara BigBox Day tahun depan. Berikut ini merupakan hasil dokumentasi serta foto keseluruhan anggota panitia dari BigBox Day 2024.

Gambar 3.8 Dokumentasi Acara BigBox Day 2024



Sumber: Ponsel penulis

3.3 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang dialami penulis selama melaksanakan program magang sebagai *digital marketing* yaitu:

1. Penulis melakukan pekerjaan bukan hanya sebagai *digital marketing* saja, tetapi terdapat tugas untuk menghafal seluruh produk BigBox yang terlalu

beragam sehingga pada awal masuk perlu mempelajari semua produknya terlebih dahulu sebelum melakukan aktivitas pembuatan konten.

2. Penulis seringkali mendapat tugas tambahan di luar mata perkuliahan tanpa adanya bimbingan serta arahan secara mendetail, seperti mengolah data konsumen dengan menggunakan *Microsoft Excel*, dan menginput data calon konsumen yang mendaftar melalui website BigBox.
3. Penulis dihadapkan dengan berbagai macam latar belakang, pengetahuan, dan keterampilan yang berbeda dari setiap orang di dalam tim *digital marketing*. Mengingat posisi ini memerlukan kerjasama yang baik dengan rekan magang lainnya untuk menggabungkan gagasan atau ide baru untuk memikirkan konten di sosial media.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang dilakukan penulis dalam menghadapi kendala yang dialami selama magang sebagai *digital marketing* yaitu:

1. Dalam memecahkan masalah ini, penulis memprioritaskan untuk menghafal produk-produk perusahaan yang paling banyak digunakan atau yang sering diminta untuk dibuatkan konten. Lalu, penulis meminta mentor untuk mengirimkan panduan produk, serta materi yang menyediakan informasi lengkap setiap produk BigBox.
2. Penulis berusaha untuk meningkatkan pengetahuan teknis dalam menggunakan *Microsoft Excel* untuk melakukan pengolahan data dengan belajar secara otodidak, dan meminta bantuan kepada mentor untuk mengajarkan terkait hal tersebut. Selain itu, bekerja sama dengan rekan tim yang lebih berpengalaman untuk membantu meningkatkan pengetahuan penulis dalam mengolah data menggunakan *Microsoft Excel*.
3. Penulis berusaha untuk beradaptasi serta belajar untuk memahami sesama rekan tim dengan berkenalan serta berkomunikasi secara efektif, menerima pendapat masing-masing anggota tim, dan saling tolong menolong dalam menyelesaikan pekerjaan.