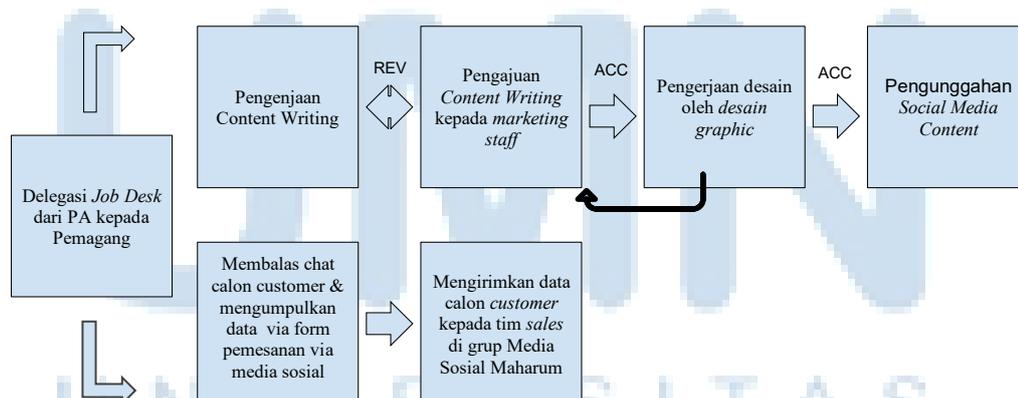


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada Maharum Group, penulis berkedudukan sebagai *content creator intern*. *Content creator* diartikan sebagai orang yang menghasilkan konten media sosial berisikan bakat dan keterampilan mereka untuk mengubah nya menjadi uang (Koob, 2021). Namun, dalam konteks perusahaan *content creator* merujuk pada orang yang memproduksi konten mengenai brand dan produk untuk mendorong audiens melakukan pembelian. Dalam hal ini Pemegang bertanggung jawab dalam memproduksi konten media sosial Instagram berupa carousel, single feed maupun video serta konten komunitas Whatsapp, yakni pesan hard selling produk. Seluruh konten yang dibuat wajib mengikuti *brand guideline* dari perusahaan. Keduanya merupakan panduan untuk menjaga branding tetap konsisten baik dari segi jenis konten, *font*, pewarnaan dan style desain.



Gambar 3.1 Alur Kerja dan Koordinasi

Sumber : Dibuat oleh pemegang

Selain itu, pelaksanaan kerja magang dalam menghasilkan konten tidak terlepas dari koordinasi dengan rekan kerja. Seperti gambar diatas, dapat dilihat

*content creator intern* bekerja sama dengan *design graphic*, *marketing staff*, dan *sales team*. *Content creator* berdiskusi dengan *design graphic* mengenai apakah referensi dan ide desain yang diberikan memungkinkan untuk dibuat serta sesuai dengan *guideline*. Namun, konten single feed dan showcase dengan sedikit teks diserahkan ke *design graphic* terlebih dahulu sebelum diserahkan kepada *marketing staff* guna efisiensi waktu. Sementara untuk konten carousel proses desain dilakukan setelah *content writing* di disetujui.

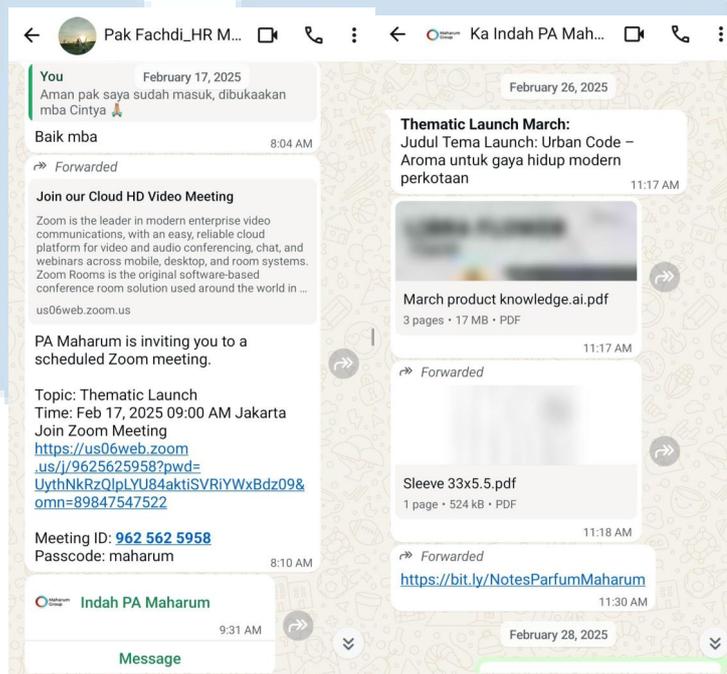
Content writing adalah skema memproduksi narasi yang menyenangkan dan bermanfaat bagi audiens dalam rangka mempromosikan sebuah brand (Yulian, F., 2024). Untuk mendapat *approval*, *content writing* diserahkan kepada *marketing staff* untuk di *review*, di berikan evaluasi mengenai bagian yang kurang tepat, dan serta arahan untuk perbaikan berdasarkan penyebab yang ada. Saat ini, dilakukan revisi pada bagian yang bermasalah untuk dinilai kembali oleh *marketing staff*. Setelah konten dinyatakan aman, *content creator* akan menjadwalkan upload konten Instagram melalui Meta Business dan posting konten komunitas WA di Whatsapp.

Dari pembuatan konten media sosial, pekerjaan *content creator* juga mencakup *social media admin*. Dalam peran ini, pemegang menanggapi pesan masuk dari calon customer Maharum di semua sosial media. Diantaranya, terdapat lead atau ketertarikan untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai pemesanan produk yang akan dibahas di sub bab selanjutnya. Disini, admin akan memberikan form untuk diisi pelanggan dan memberikan data mereka kepada sales melalui grup Media Sosial Maharum. Jika terdapat pelanggan yang menyampaikan bahwa mereka belum dihubungi, maka admin akan melakukan *follow-up* kepada sales. Selain itu, admin juga dapat menanyakan informasi yang bersifat teknikal kepada sales.

## 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Di bawah ini akan dijelaskan tugas yang dikerjakan selama magang:

### 3.2.1 Tugas Kerja Magang



Gambar 3.2 Informasi *Job desk* Magang

Sumber : Di screenshoot oleh pemegang

Secara keseluruhan *job desk* pemegang adalah membuat konten media sosial Instagram dan komunitas WA. Pada awal masuk, tugas yang diberikan adalah Thematic Launch atau proyek meningkatkan penjualan bibit parfum Macbrame melalui peluncuran 3 item baru setiap bulan. Pada proyek ini, tugas yang menjadi tanggung jawab pemegang meliputi pembuatan konten media sosial Macbrame, pembuatan desain produk knowledge, dan mencari vendor. Kemudian, tugas ini di lanjutkan kepada *marketing staff* yang baru masuk 3 minggu setelahnya.

Selanjutnya, *marketing staff* berdiskusi dengan Pemegang dan memberikan tugas yang baru, yakni: konten reguler dan membagi posisi menjadi *content creator*

dan *design graphic*. Pemegang berperan sebagai *design graphic* selama sebulan untuk mengerjakan desain konten media sosial dan konten notes. Di bulan-bulan berikutnya, Pemegang bertugas sebagai *content creator* yang membuat *content writing* dan membalas pesan media sosial. Detailnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Aktivitas Kerja Magang

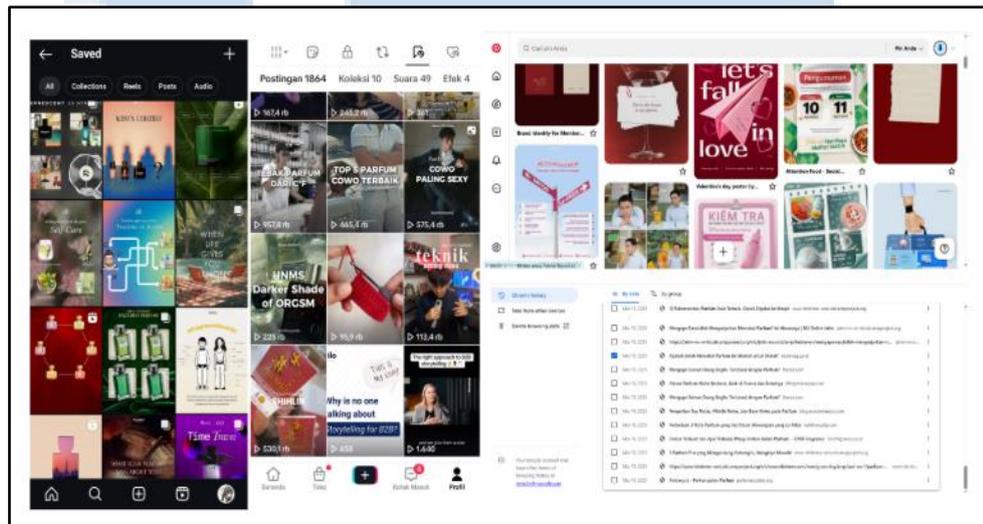
No	Aktivitas	Tujuan
1.	Mencari ide konten dan <i>formula copywriting</i> dan desain	Membuat ragam konten menarik, membuat konten lebih terarah, tampilan konten yang menarik perhatian audiens untuk klik dan membaca konten
2.	Membuat content writing	Memmbangun brand awareness dan menjaga loyalitas pengguna Maharum
3.	Mendesain konten media sosial	Membangun kepercayaan terhadap brand dan menjaga hubungan jangka panjang yang baik dengan pelanggan
4.	Membuat desain notes bibit parfum (Rajawangi Plereg)	Memenuhi <i>support</i> yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan (agen) yang mencapai target penjualan tertentu
5.	Membuat <i>social media guideline</i> bersama tim marketing	Agar konten lebih terarah dan memiliki pembeda pada tiap brand
6.	Menjadwalkan postingan	Efisiensi waktu upload dan agar waktu upload konsisten
7.	Membalas chat calon konsumen pada Whatsapp, Instagram, Tiktok, dan Facebook	Menjaga hubungan dengan pelanggan

Sumber : diolah oleh penulis

### 3.2.2 Uraian kerja magang

Berikut ini merupakan uraian kerja magang secara spesifik

#### 3.2.2.1 Pencarian ide konten



Gambar 3.3 Pencarian Ide Konten

Sumber: Diolah oleh penulis

Pencarian ide konten bisa dari mana saja. Umumnya pencarian ini dilakukan melalui Instagram dan Tiktok dan pendekatan yang digunakan juga berbeda. Instagram digunakan untuk melihat jenis-jenis konten yang diposting kompetitor parfum sedangkan Tiktok lebih sering dipakai saat sudah ada ide yang terbesit di pikiran, misalnya tips parfum tahan lama. Hal ini dikarenakan fitur Tiktok sangat memadai untuk fitur pencarian sama seperti Google. Meski demikian Google masih digunakan untuk mengetahui informasi yang lebih detail. Selain ini, ada aja ide konten yang muncul secara tidak terduga. Misalnya saat ada pertanyaan menarik dari calon pelanggan atau saat mengulik konten.

Adanya referensi desain membantu *content creator* dalam membuat visualisasi konten yang menarik. Hal ini penting untuk mengisi ruang

kosong dalam konten serta meningkatkan daya tarik konten terutama ketika isi konten memuat terlalu banyak tulisan yang cenderung tidak terlalu menarik dibaca. Platform utama yang digunakan untuk mengeksplor desain ialah Instagram sebagai sumber desain konten Instagram dan Tiktok dan Pinterest untuk konten komunitas WA. Tanpa referensi pembuatan desain akan berlangsung lama, menimbulkan kebingungan mengenai peletakan teks dan gambar, dan menghasilkan output yang kurang maksimal. Pembaca juga akan kehilangan minat untuk menikmati konten dan berujung melupakan brand.

Konten bisa didapat dari mana saja tapi untuk mengembangkan ide perlu kerangka yang jelas, sistematis dan menarik. Hal ini disebut “*hooked, script, dan call to action (CTA)*”. Hook adalah kalimat yang membuat orang berhenti scrolling dan membaca postingan. Script adalah *main point* yang ingin dibahas tiap bagian. Sementara CTA merupakan kalimat ajakan kepada pembaca untuk melakukan sesuatu. Dari sini dapat dilihat bahwa CTA termasuk ke dalam *copywriting* atau penulisan yang bertujuan untuk mendorong pembaca melakukan suatu tindakan baik follow, like, comment, share, maupun pembelian. Dapat dilihat bahwa *copywriting* berbeda dengan *content writing* yang berfokus pada pemberian materi yang menambah wawasan, bermanfaat, atau menghibur.

### 3.2.2.2 Melakukan Penulisan konten

The image contains two screenshots of a spreadsheet application, likely Google Sheets, used for content planning. The top screenshot shows a plan for 'Maret (Week 2)' with columns: Date, Content Type, Copy Visual, Keterangan, Caption, and Status. The bottom screenshot shows a plan for 'Maret (WEEK 3)' with columns: Tanggal, Brand, Copvis + Caption, Poster/Video, and Upload.

Maret (Week 2)					
Date	Content Type	Copy Visual	Keterangan	Caption	Status
11 Maret	Information	<p>Headline: Tren Parfum Lokal Meningkat! Mulai dari wewangian hingga menjadi identitas diri.</p> <p>Copvis: Sadar ga sih? Baru-baru ini banyak banget parfum lokal viral karena aromanya mirip parfum branded? Mulai dari HMNS, Saff n Co, Lilith n eve, sampai Alchemist!</p> <p>Kayaknya sih mereka ngincar genz yang pengen tampil maksimal tapi penghasilan pas-pasan. Tapi emang se-rame itu bisnis parfum di Indonesia?</p> <p>Kalo mimin sehari-hari, ke kantor, krl, sampai cafe banyak orang yang tampil dress well dan harum. Tapi itu ga bikin mimin percaya, sampe ngobrol sama temen mimin yang bilang kalo parfum itu udah jadi keharusan kalo mau keluar. Supaya lebih pede kalau ketemu orang-orang dan berani ngobrol sama siapa aja.</p> <p>Tapi tentu aja semakin banyak brand parfum yang muncul dan tren yang dinamis jadi tantangan di industri ini.</p> <p>CTA : Cari Aroma Yang Up To Date? DM Macrame Sekarang!</p>	Carousel	<p>Ga cuman wewangian, parfum udah jadi identitas diri yang bikin pemakaian parfum common banget.</p> <p>Bagi mereka parfum menambah kepercayaan diri dan bikin lebih berani untuk mengekspresikan diri.</p> <p>Tapi kalau udah terlalu banyak aroma parfum yang berselweran gimana memilih parfum yang "menjual"</p> <p>Bersama Macrame, Macriend bisa temukan 600 parfum berkualitas dengan harga terjangkau.</p> <p>Mau tau lebih lanjut? DM sekarang</p> <p>#macrame #urbancode #bibitparfumandaian #parfumialberkualitas #supplebisnisparfum #peluangbisnisparfum #parfumeromadic #parfumpria #parfumwanita</p>	Upload
		<p>Headline: Kenali Aroma Urban Untuk Maksimalkan Penjualan Parfum!</p> <p>Copvis: Citrus - membawa kesegaran yang mengalir tanpa henti, menerosos kemacetan jalan raya di tengah lalainya bekerja sebanian</p> <p>Woody - menghadirkan kesan tangguh dan maskulin, melangkah maju dan tampil dengan berani</p>		<p>Hidup di kota penuh dengan tantangan pekerjaan dan ritme yang cepat, tapi aroma yang tepat bisa bikin tampil stand out!</p> <p>Pelanggan perkotaan tentu mencari aroma yang</p>	

Maret (WEEK 3)				
Tanggal	Brand	Copvis + Caption	Poster/Video	Upload
18 March	Macrame	<p>Di bawah terik matahari, merasa lelah dan sumpet telah jadi makanan sehari-hari.</p> <p>Untuk mengatasi hal ini, toko bisa menawarkan parfum yang menyegarkan.</p> <p>Contohnya: Libro Flower, perpaduan kesegaran Mandarin dengan lembutnya aroma Floral dan Musk yang berkelas dan memikat.</p> <p>Top notes: Bergamot, Mandarin, Orange blossom Middle notes: Jasmine, Tuberose, White Flower Based note: Musk Sandalwood, Vanilla</p> <p>Menjadikan Libro Flower kombinasi terbaik untuk pelanggan yang bepergian dengan transportasi umum di kota maupun beraktifitas di luar ruangan.</p> <p>Segera peroleh bibit parfum Macrame Libro Flower dan aroma memukau lainnya di #AromaWangiKromaRezeki. Hubungi Admin untuk informasi lebih lanjut.</p> <p>Pasatnya kemajuan penerimaan informasi membangkitkan tren self-care seperti parfum tak terkecuali pada pria di pusat kota.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Upload

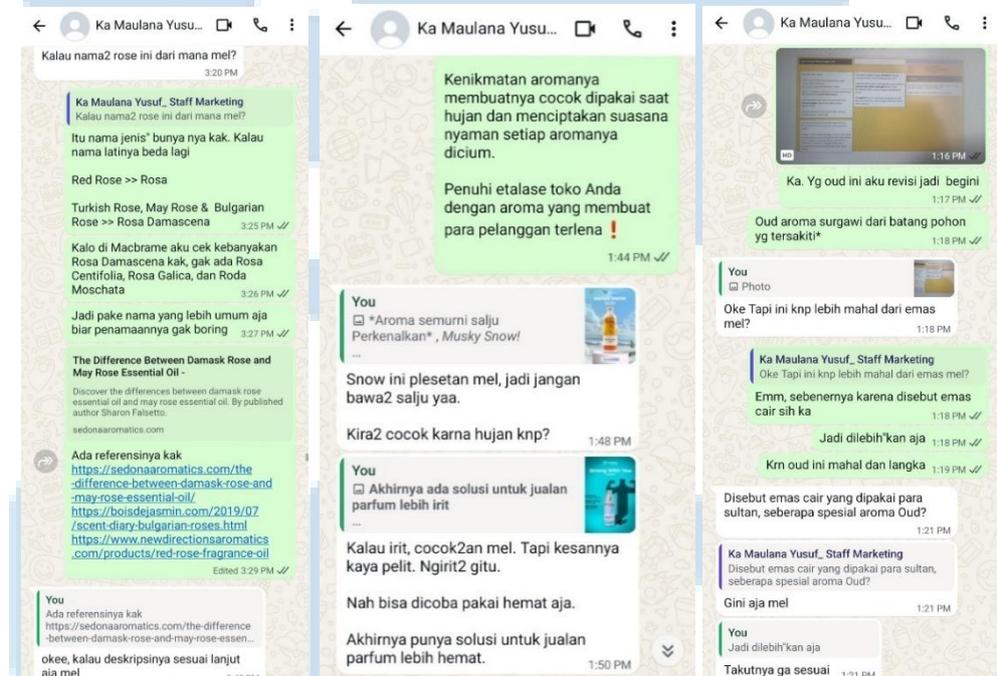
Gambar 3.4 Content Plan

Sumber : Di screenshot dari file perusahaan

Konten yang dibuat pemegang meliputi konten Instagram dan Komunitas WA. Konten Instagram dapat berupa carousel, single feed, dan atau video. Pertama, konten carousel memiliki template maksimal 4 slide, meliputi 1 slide cover berisikan hooked, 2-3 slide isi termasuk CTA di slide terakhir. Sementara, untuk single feed biasanya berisi hooked dan isi atau

visualisasi showcase. Terakhir, konten video yang pernah dibuat Pemegang berisikan transisi parfum dengan teks singkat, karena penjelasannya akan ditaruh pada caption sebagai teks berjalan. Ketiga konten ini bertujuan untuk membangun dan memperkuat citra perusahaan, memberikan informasi terkait produk dan bisnis terkait, serta menjaga hubungan dengan audiens melalui konten *engagement*.

Berikutnya, penulisan konten komunitas Whatsapp bertujuan untuk penjualan atau *harselling* bibit parfum Maharum. Karena itu konten ditulis dengan berfokus pada *product knowledge*, seperti nama, informasi notes



tiap bibit, serta ajakan untuk melakukan pemesanan. Sisanya dapat dikembangkan dan disesuaikan dengan penjelasan singkat tentang aroma, tagline brand, dan ukuran bibit parfum yang tersedia. Diharapkan melalui komunitas Whatsapp ini, para pebisnis parfum retail setia membeli bibit parfum Maharum.

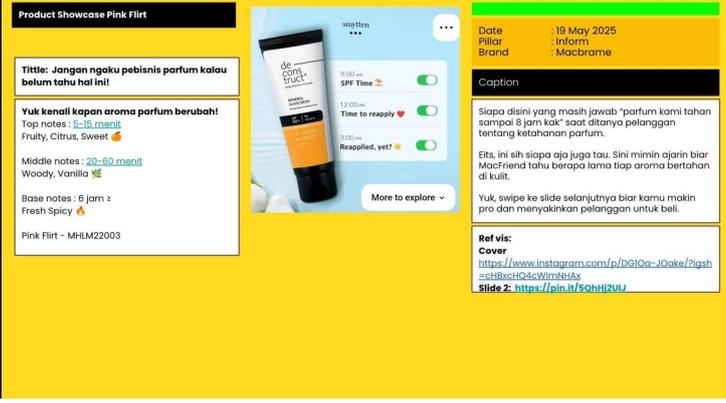
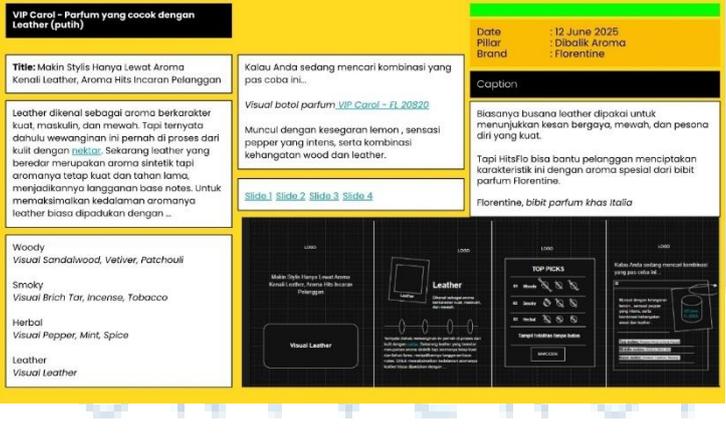
Gambar 3.5 Revisi Penulisan

Sumber : Di *screenshoot* dari Whatsapp

Adapaun dalam tahapan penulisan konten, pemangang mendapat feedback dari *marketing staff* yang bersifat diskusi. Misalnya pada gambar 3.5 dapat dilihat pemilihan kata yang digunakan harus memiliki alasan yang masuk akal, umum, serta tidak sensitif atau merugikan *brand*. Beberapa kali pemangang juga mendapat dibantu dalam memperbaiki kata yang bersifat minor.

Berikut ini merupakan beberapa contoh konten reguler yang dibuat:

Tabel 3.2 Penulisan Konten

Gambar		Deskripsi
 <p><b>Product Showcase Pink Flirt</b></p> <p><b>Title:</b> Jangan ngaku pebisnis parfum kalau belum tahu hal ini!</p> <p><b>Yuk kenali kapan aroma parfum berubah!</b>  <b>Top notes:</b> 2-15 menit      Fruity, Citrus, Sweet 🍋  <b>Middle notes:</b> 20-60 menit      Woody, Vanilla 🌿  <b>Base notes:</b> 6 jam +      Fresh Spicy 🌶️</p> <p>Pink Flirt - MHLM22003</p> <p><b>Date:</b> 18 May 2025  <b>Pillar:</b> Inform  <b>Brand:</b> Macbrame</p> <p><b>Caption:</b>      Siapa disini yang masih jawab "parfum kami tahan sampai 8 jam kok" saat ditanya pelanggan tentang ketahanan parfum.      Eits ini sih siapa aja juga tau. Sini mimin ajarin biar MacFriend tahu berapa lama tiap aroma bertahan di kulit.      Yuk, swipe ke slide selanjutnya biar kamu makin pro dan meyakinkan pelanggan untuk beli.</p> <p><b>Ref vis:</b>  <b>Cover:</b> <a href="https://www.instagram.com/p/DG10a-JOake?igsh=cH8xctQ4cWlmbH4x">https://www.instagram.com/p/DG10a-JOake?igsh=cH8xctQ4cWlmbH4x</a>  <b>Slide 2:</b> <a href="https://pin.it/5qhH2UJ">https://pin.it/5qhH2UJ</a></p>		<p>Dengan tujuan mengenalkan produk Macbrame, konten ini berisikan <i>product knowledge</i> Pink Flirt yang dikemas dalam informasi aroma yang berganti.</p>
 <p><b>VIP Carol - Parfum yang cocok dengan Leather (putih)</b></p> <p><b>Title:</b> Makin Stylish Hanya Lewat Aroma Kenali Leather, Aroma Hits Incaran Pelanggan</p> <p>Kalau Anda sedang mencari kombinasi yang pas coba ini...</p> <p><b>Visual botol parfum VIP Carol - FI 20220</b></p> <p>Muncul dengan kesejukan lemon, sensasi papper yang intens, serta kombinasi kehangatan wood dan leather.</p> <p><a href="#">Slide 1</a> <a href="#">Slide 2</a> <a href="#">Slide 3</a> <a href="#">Slide 4</a></p> <p><b>Woody</b>      Visual Sandalwood, Vetiver, Patchouli  <b>Smoky</b>      Visual Birch Tar, Incense, Tobacco  <b>Herbal</b>      Visual Pepper, Mint, Spice  <b>Leather</b>      Visual Leather</p> <p><b>Date:</b> 12 June 2025  <b>Pillar:</b> Dibalik Aroma  <b>Brand:</b> Florentine</p> <p><b>Caption:</b>      Biasanya busana leather dipakai untuk menunjukkan kesan bergaya, mewah, dan pesona diri yang kuat.      Tapi HitsFlo bisa bantu pelanggan menciptakan karakteristik ini dengan aroma spesial dari bibit parfum Florentine.      Florentine, bibit parfum khas Italia</p>		<p>Dengan tujuan mempertahankan visual konten ini dibuat dengan menambah wawasan terkait aroma Leather dan diselipkan informasi produk D</p>

Gambar	Deskripsi								
<p><b>Udah Bicara Panjang Lebar, Tapi Gagal Closing? Atasi dengan cara ini!</b></p> <p><b>Carousel (putih)</b></p> <p><b>Atas</b> Bicara keunggulan produk =/ menyakinkan pelanggan</p> <p><b>Bawah</b> Coba cek apakah calon pelanggan menyimak dan tertarik pada penjelasan Anda?</p> <p>Jika pelanggan tidak fokus saat mendengar penjelasan, bisa jadi mereka bosan.</p> <p>(tanda panah)</p> <p>Solusi: Anda bisa tanya kebutuhan dan budget mereka sebelum merekomendasikan aroma</p> <p><b>Date</b> : 6 May <b>Pillar</b> : Educate – Tips Bisnis <b>Platform</b> : Instagram</p> <p><b>Caption</b> Promosi tidak hanya soal bicara panjang lebar. Anda harus perhatikan hal ini supaya pelanggan mau belanja di tempat Anda. #maharumgroup #bibiiparfum #parfumpremium #parfumlokal #parfuntahanlama #altahaani</p> <p><b>Reference Visual:</b> <a href="https://www.instagram.com/p/DIs09lcPwv1/?igsh=MXV1Y3RmY3E3a3I=">https://www.instagram.com/p/DIs09lcPwv1/?igsh=MXV1Y3RmY3E3a3I=</a></p>	<p>Konten ini memberikan edukasi seputar tips bisnis</p>								
<p><b>Olahraga makin semangat pakai parfum (ig) putih</b></p> <p><b>Title:</b> Pacu Semangatmu dengan Terus Berlari Ringankan Langkahmu dengan</p> <p><b>Ref:</b> <a href="https://pin.it/8q49nBuRV">https://pin.it/8q49nBuRV</a></p> <p><b>Title (revision version)</b> Tetap wangi dan stylish sampai garis finish Bangunkan semangatmu dengan Kesegaran X-Ultimate</p>  <p><b>Date</b> : 7 May 2025 <b>Pillar</b> : Product Showcase <b>Brand</b> : X-Ultimate</p> <p><b>Caption</b> Bukan cuma sepatu yang harus kuat buat dipakai lari tapi juga aroma tubuh mu. Dengan kesegaran aroma Lime, Grapefruit, dan Musk, Green Clive bantu kamu tetap wangi dan tampil berenergi sampai selesai berolahraga! Gimana, tertarik untuk pasarkan bibit parfum X-Ultimate? Hubungi admin sekarang juga! #maharumgroup #bibiiparfum #parfumpremium #parfumlokal #parfuntahanlama #xultimate</p> <p><b>Ref:</b> <a href="https://pin.it/3TfYUde3">https://pin.it/3TfYUde3</a> <a href="https://pin.it/4a5EGMG5v">https://pin.it/4a5EGMG5v</a> or <a href="https://pin.it/8a6vN3Oa">https://pin.it/8a6vN3Oa</a> dgn posisi parfum <a href="https://pin.it/1xOfjesC">https://pin.it/1xOfjesC</a> <a href="https://pin.it/8m7Wjz28">https://pin.it/8m7Wjz28</a> ada pita disini</p>	<p>Dengan tujuan membangun awareness brand terhadap pebisnis parfum, konten ini ditulis dengan <i>preemptive message</i> atau menonjolkan keunggulan Brand X-Ultimate yaitu Konsentrasi 3X lebih kuat</p>								
<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="316 1261 507 1361">Date : 5 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : Macbrame</th> <th data-bbox="507 1261 683 1361">Date : 7 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : Florentine</th> <th data-bbox="683 1261 858 1361">Date : 8 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : X-Ultimate</th> <th data-bbox="858 1261 1050 1361">Date : 9 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : Altahaani</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="316 1361 507 1724"> <p>Musky Show</p> <p><b>Pernah cobain aroma Musky Snow?</b></p> <p>Perpaduan aroma Floral yang lembut dengan musk yang hangat di setiap semprotan. Kombinasi ini membawa sensasi menyenangkan dan ringan dipakai sepanjang hari. Berminat dengan aroma ini? Isi form ini untuk pemesanan <a href="https://bit.ly/nanyamaharum">https://bit.ly/nanyamaharum</a></p> <p>Playfull Colour <a href="https://pin.it/571W0dIQ">https://pin.it/571W0dIQ</a></p> </td> <td data-bbox="507 1361 683 1724"> <p>Yang Tahan Lama - Patchouli</p> <p><b>Solusi Buat Parfum Tahan 8 Jam Tanpa Harus Beli Campuran Tambahan!</b></p> <p>Untuk Anda pebisnis parfum pemula, aroma ini kunci dalam menjamin ketahanan parfum Anda. Hadir sebagai pengikat alami, Patchouli berguna memperlambat penguapan parfum Anda dan menjaga konsistensi aroma selama berjam-jam. Anda bisa mencium aromanya yang kompleks seperti earty dan woody berbau dengan aroma lain bergamot, rosemary dan incense. Kombinasi ini disebut Parris Passport, bibit parfum khas Italia yang memabukkan dan bikin semangat.</p> </td> <td data-bbox="683 1361 858 1724"> <p>Playfull Colour</p> <p><b>Pakai Ini Supaya Pelanggan Repeat Order</b></p> <p>Parfum biasa buat pelanggan beli sekali, tapi parfum yang tahan lama buat mereka kembali lagi. Anda bisa tawarkan Playfull Colour, dengan formula yang dirancang khusus untuk penuhi kebutuhan aroma anda. Dilasi dengan aroma lichi yang juicy dan lotus yang menyegarkan bertemu dengan brazilian rosewood serta tonka bean yang hangat. Memberikan kesan ceria dan energik, sehingga cocok dipakai sehabian.</p> </td> <td data-bbox="858 1361 1050 1724"> <p>Layla Night</p> <p>Perkenalkan Layla night, aroma yang menyimpan sejuta aroma. Dipenuhi oleh aroma Warm Spicy, Sweet dan Floral yang dalam dan berdimensi. Top notes: black pepper, red fruit, dan saffron. Middle notes: <b>Chocolate, Incense</b>, dan rose. Base notes: ambergris, <b>moss</b>, musk. Memberikan sensasi kehangatan yang menggoda dan sangat cocok direkomendasikan makan malam bersama pasangan. Anda bisa mendapatkan aroma ini di Altahaani, bibit parfum Timur Tengah terbaik</p> </td> </tr> </tbody> </table>	Date : 5 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : Macbrame	Date : 7 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : Florentine	Date : 8 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : X-Ultimate	Date : 9 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : Altahaani	<p>Musky Show</p> <p><b>Pernah cobain aroma Musky Snow?</b></p> <p>Perpaduan aroma Floral yang lembut dengan musk yang hangat di setiap semprotan. Kombinasi ini membawa sensasi menyenangkan dan ringan dipakai sepanjang hari. Berminat dengan aroma ini? Isi form ini untuk pemesanan <a href="https://bit.ly/nanyamaharum">https://bit.ly/nanyamaharum</a></p> <p>Playfull Colour <a href="https://pin.it/571W0dIQ">https://pin.it/571W0dIQ</a></p>	<p>Yang Tahan Lama - Patchouli</p> <p><b>Solusi Buat Parfum Tahan 8 Jam Tanpa Harus Beli Campuran Tambahan!</b></p> <p>Untuk Anda pebisnis parfum pemula, aroma ini kunci dalam menjamin ketahanan parfum Anda. Hadir sebagai pengikat alami, Patchouli berguna memperlambat penguapan parfum Anda dan menjaga konsistensi aroma selama berjam-jam. Anda bisa mencium aromanya yang kompleks seperti earty dan woody berbau dengan aroma lain bergamot, rosemary dan incense. Kombinasi ini disebut Parris Passport, bibit parfum khas Italia yang memabukkan dan bikin semangat.</p>	<p>Playfull Colour</p> <p><b>Pakai Ini Supaya Pelanggan Repeat Order</b></p> <p>Parfum biasa buat pelanggan beli sekali, tapi parfum yang tahan lama buat mereka kembali lagi. Anda bisa tawarkan Playfull Colour, dengan formula yang dirancang khusus untuk penuhi kebutuhan aroma anda. Dilasi dengan aroma lichi yang juicy dan lotus yang menyegarkan bertemu dengan brazilian rosewood serta tonka bean yang hangat. Memberikan kesan ceria dan energik, sehingga cocok dipakai sehabian.</p>	<p>Layla Night</p> <p>Perkenalkan Layla night, aroma yang menyimpan sejuta aroma. Dipenuhi oleh aroma Warm Spicy, Sweet dan Floral yang dalam dan berdimensi. Top notes: black pepper, red fruit, dan saffron. Middle notes: <b>Chocolate, Incense</b>, dan rose. Base notes: ambergris, <b>moss</b>, musk. Memberikan sensasi kehangatan yang menggoda dan sangat cocok direkomendasikan makan malam bersama pasangan. Anda bisa mendapatkan aroma ini di Altahaani, bibit parfum Timur Tengah terbaik</p>	<p>Penulisan konten komunitas WA langsung mengarah pada produk Maharum.</p>
Date : 5 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : Macbrame	Date : 7 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : Florentine	Date : 8 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : X-Ultimate	Date : 9 May 2025 Pillar : Product Showcase Brand : Altahaani						
<p>Musky Show</p> <p><b>Pernah cobain aroma Musky Snow?</b></p> <p>Perpaduan aroma Floral yang lembut dengan musk yang hangat di setiap semprotan. Kombinasi ini membawa sensasi menyenangkan dan ringan dipakai sepanjang hari. Berminat dengan aroma ini? Isi form ini untuk pemesanan <a href="https://bit.ly/nanyamaharum">https://bit.ly/nanyamaharum</a></p> <p>Playfull Colour <a href="https://pin.it/571W0dIQ">https://pin.it/571W0dIQ</a></p>	<p>Yang Tahan Lama - Patchouli</p> <p><b>Solusi Buat Parfum Tahan 8 Jam Tanpa Harus Beli Campuran Tambahan!</b></p> <p>Untuk Anda pebisnis parfum pemula, aroma ini kunci dalam menjamin ketahanan parfum Anda. Hadir sebagai pengikat alami, Patchouli berguna memperlambat penguapan parfum Anda dan menjaga konsistensi aroma selama berjam-jam. Anda bisa mencium aromanya yang kompleks seperti earty dan woody berbau dengan aroma lain bergamot, rosemary dan incense. Kombinasi ini disebut Parris Passport, bibit parfum khas Italia yang memabukkan dan bikin semangat.</p>	<p>Playfull Colour</p> <p><b>Pakai Ini Supaya Pelanggan Repeat Order</b></p> <p>Parfum biasa buat pelanggan beli sekali, tapi parfum yang tahan lama buat mereka kembali lagi. Anda bisa tawarkan Playfull Colour, dengan formula yang dirancang khusus untuk penuhi kebutuhan aroma anda. Dilasi dengan aroma lichi yang juicy dan lotus yang menyegarkan bertemu dengan brazilian rosewood serta tonka bean yang hangat. Memberikan kesan ceria dan energik, sehingga cocok dipakai sehabian.</p>	<p>Layla Night</p> <p>Perkenalkan Layla night, aroma yang menyimpan sejuta aroma. Dipenuhi oleh aroma Warm Spicy, Sweet dan Floral yang dalam dan berdimensi. Top notes: black pepper, red fruit, dan saffron. Middle notes: <b>Chocolate, Incense</b>, dan rose. Base notes: ambergris, <b>moss</b>, musk. Memberikan sensasi kehangatan yang menggoda dan sangat cocok direkomendasikan makan malam bersama pasangan. Anda bisa mendapatkan aroma ini di Altahaani, bibit parfum Timur Tengah terbaik</p>						

Sumber : Diolah Pemegang

### 3.2.2.3 Mendesain konten media sosial

Pertama, desain konten instagram dibuat berdasarkan *brand guideline* lama konten sebelumnya. Hal ini meliputi proporsi desain, grid warna tiap brand, dan berkonsep simpel. Bisa dilihat pada gambar berikut desain yang dibuat memiliki proporsi desain 30% dan 70% tulisan. Selanjutnya brand @macbrame memakai grid warna o ren-putih-putih, @florentine menggunakan grid warna meah-putih-putih, @altahaani menggunakan grid warna hijau-hijau-putih, @x-ultimate menggunakan grid warna gradasi ungu biru-putih-gradasi ungu biru-putih. Lalu konsep desain yang dipakai simpel, tanpa gambar pop-up, meriah, atau connected desain antar slide.

Penggunaan desain konten bisa beragam, untuk konten carousel biasanya menggunakan teknik ATM konten carousel dari industri yang sama maupun berbeda. Misalnya mengkombinasikan penempatan desain dan teks dari satu sumber dengan sumber lainnya. Opsi lain adalah dengan mengurangi, menambah, melipatgandakan atau bahkan menghilangkan objek tertentu. Sementara untuk konten komunitas WA, desain yang bersifat *recreate* dari desain yang sudah ada.

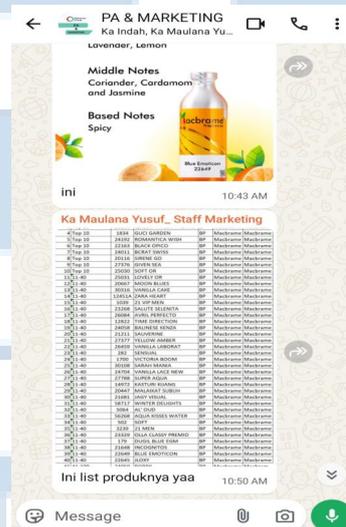
Berikut merupakan beberapa hasil desain :



Gambar 3.6 Desain Konten Instagram

Sumber : Didesain Pemegang

### 3.2.2.4 Mendesain konten notes Rajawangi Plered



Gambar 3.7 Pemberian Tugas

Sumber : Di screenshot dari grup

Salah satu *branding support* yang disediakan Maharum Group kepada pelanggan adalah menyediakan konten notes *product knowledge*. Pada penugasan ini pemegang diminta mendesain 21 varian bibit parfum Macbrame yang belum ada desain nya. Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa kriteria desain yang diminta simple, mencakup botol dan notes. Berikut merupakan hasil desain.



Gambar 3.7 Hasil Desain

Sumber : Didesain pemegang

Gambar berikut merupakan sejumlah desain Rajawangi Plered yang dibuat pemegang. Desain ini dibuat dengan 4 pengaturan posisi yang dalam dan dibuat berulang dengan background yang berbeda. Dapat diperhatikan gambar Soft OR, Vanilla Cake, Victoria Boom. dan Aqua Kiss dirancang dengan judul rata kanan/kiri dan notes yang bertingkat secara vertikal. Desain ini dibuat dengan konsep cover majalah, sementara notesnya diatur demikian sebagai solusi atas tidak adanya informasi detail Top, Middle, dan Base Notes. Sisa desainnya berisikan judul di tengah. Bedanya desain kedua menempatkan notes rata tengah di samping botol. Sementara desain ketiga, dibuat selang seling, dan notes Penempatan ini bertujuan untuk efisiensi waktu.

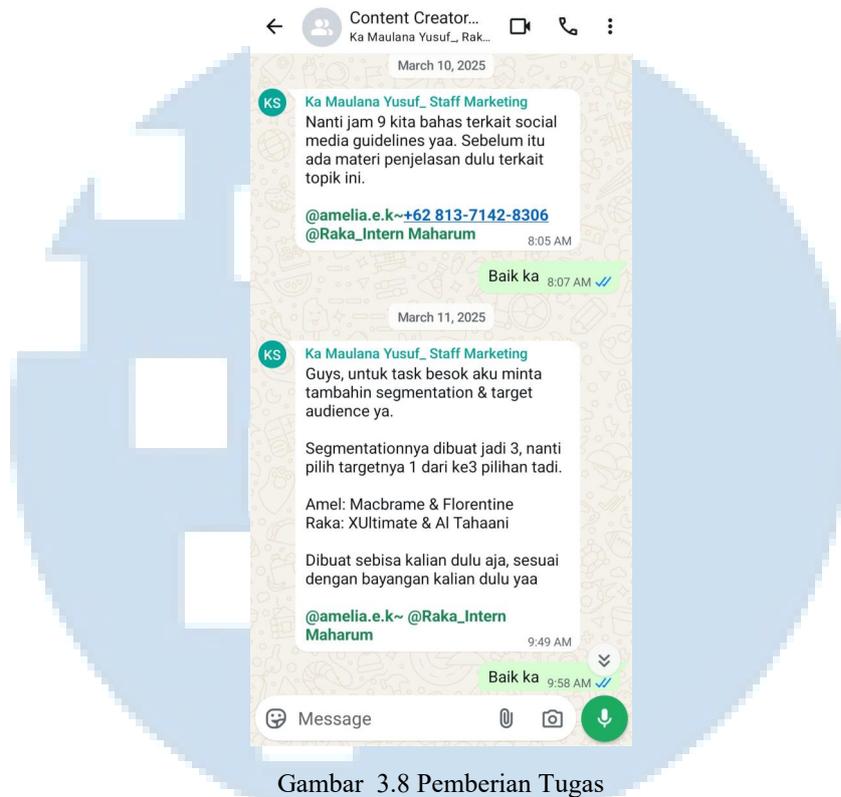


Gambar 3.8 Pengumpulan Tugas

Sumber : Di screenshoot dari grup

Setelah selesai desain tersebut di submit di Drive baru bernama Rajawangi Plered. File tersebut berisikan desain dengan 21 desain yang dibuat pemegang dan desain lain yang telah ada. Setelah dikumpulkan, tidak terdapat revisi yang signifikan karena sudah memenuhi kriteria dan hanya penambahan *shadow* saja.

### 3.2.2.6 Membuat Social Media Guidline

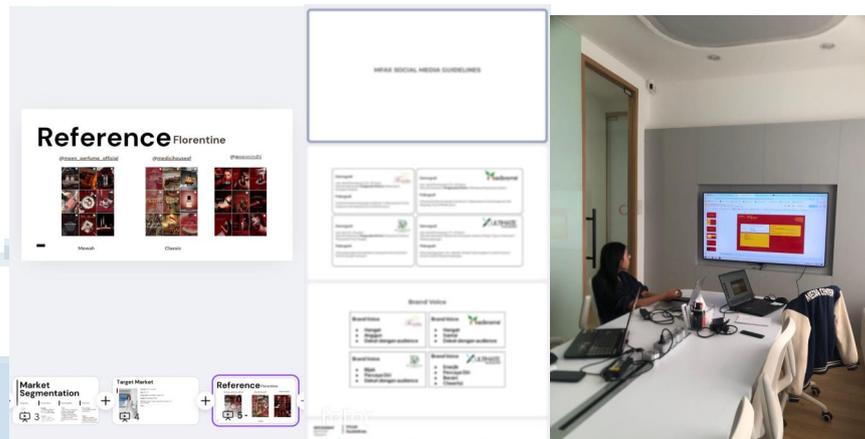


Gambar 3.8 Pemberian Tugas

Sumber : Di screenshot dari grup

Pembuatan *social media guideline* tersebut dilatarbelakangi oleh tipe konten yang seragam dan tergolong aman. Oleh karenanya, diadakan diskusi dalam tim marketing untuk membuat panduan konten Instagram yang memiliki karakteristik dan ciri khas antar brand. Adapun tugas yang pemegang terima ialah menganalisa segmentasi dan targeting brand @Macbrame dan @Florentine, serta referensi visual dan *content pillar* untuk kedua brand tersebut. Sebelum akhirnya dilakukan diskusi dan *brainstorming* bersama tim Branding yang meliputi *marketung staff* dan rekan magang.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.9 Social Media Guideline

Sumber : Pemegang

Gambar diatas merupakan pegangan pemegang untuk diskusi bersama tim. Pegangan yang dibuat mencakup segmentasi yang luas pada semua bidang dan *target audience* yang spesifik pada pebisnis parfum refill. Namun, dalam diskusi terdapat beberapa perubahan seperti segmentasi yang fokus pada psikografis dan usia serta target audiens yang lebih luas yakni hingga ke *end user*. Selama proses diskusi, pemegang juga memberikan usulan terhadap *brand voice*, *brand visual*, *content pillar*.

### 3.2.2.7 Membalas chat sosial media



Gambar 3.10 FAQ Media Sosial

Sumber : Di screenshot dari WhatsApp Maharum

Sumber : di *screenshoot* dari aplikasi *chattingan* Maharum

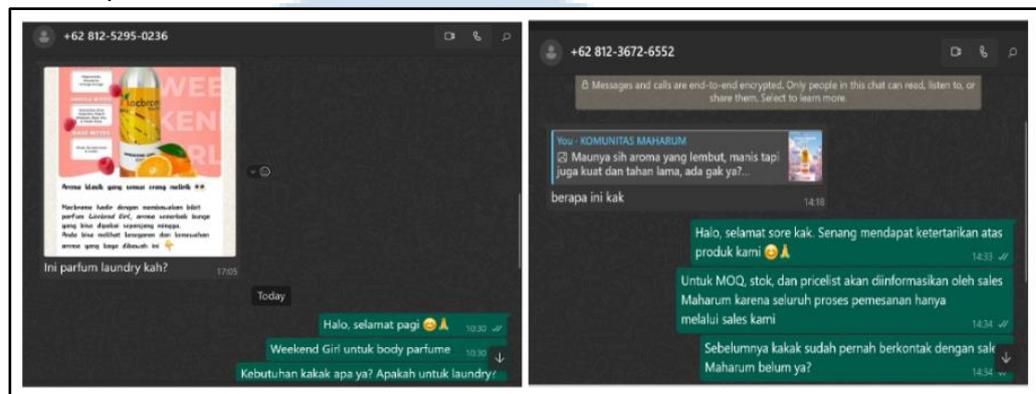
Pemegang juga membalas chat media sosial seperti Whatsapp dan Instagram. Diantaranya ada 6 pertanyaan yang paling sering ditanyakan antara lain sebagai berikut: cara bergabung dengan Maharum Group, *pricelist*, Minimum Order Quantity, stok, *online shop* resmi, dan permintaan kunjungan langsung ke pabrik. Namun sesuai ketentuan perusahaan pemegang hanya bisa menjawab pertanyaan umum terkait brand, varian aroma, dan request dokumen untuk pembuatan BPOM. Sementara sisanya akan dialihkan dan diinformasikan secara langsung oleh sales Maharum.



Gambar 3.11 Chat dengan Sales

Sumber : Di screenshot dari WhatsApp Maharum

Melalui sistem ini, pemegang akan mengumpulkan data calon customer melalui google form dan mengirimkannya ke sales melalui grup Media Social Maharum. Data meliputi nama, nomor Whatsapp, domisili, dan kebutuhan akan dikirimkan dengan mention sales yang bertanggung jawab pada wilayah masing-masing. Apabila terdapat laporan dari pelanggan yang belum dihubungi oleh sales lebih dari sehari, akan difollowup kembali kepada sales.



Gambar 3.12 Lead media sosial

Sumber : Di screenshot dari Whatsapp Maharum

Selain FAQ (Frequently Ask Question), pemegang juga mendapat lead atau minat terhadap produk Maharum yang di posting melalui Komunitas Whatsapp. Hal ini menunjukkan keberhasilan pembuatan konten Komunitas Whatsapp dalam meningkatkan awareness dan interest terhadap produk Macbrame yang kurang diperhatikan oleh pelanggan sebelumnya.

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses magang, terdapat beberapa rintangan yang tidak dapat dihindari dalam menyelesaikan pekerjaan, antara lain sebagai berikut :

#### 3.3.1 Menemukan cara menyampaikan *message brand* secara tepat dan menarik pada audiens

Sangat penting dalam branding untuk menyampaikan *message brand* dalam berbagai konten media sosial. Mencari konten yang bervariasi, disesuaikan dengan minat dan kebutuhan *audiens* memang memakan waktu tetapi pemegang menyadari bahwa cara untuk menyampaikan materi konten jauh lebih sulit dan menantang (Deng, et al., 2021). Sebelumnya, konten

yang dikonsumsi dan banyak beredar di media sosial berpusat pada B2C, sehingga cara berpikir dan gaya bahasa yang digunakan dalam pembuatan konten cenderung merujuk pada sumber-sumber yang tersedia. Apalagi beberapa konten terakhir perusahaan pemegang sebelumnya terdapat mix antara B2C dan B2B, menyebabkan kebingungan dan pertanyaan sejauh mana konten dapat disampaikan ke ranah *end customer*.

### **3.3.2 Memberikan layanan yang responsif kepada pelanggan potensial**

Untuk bisnis yang berfokus pada kualitas layanan dan produk, penting untuk menanggapi *chat* pelanggan dengan cepat dan tepat. Tetapi kenyataannya dalam proses menginformasikan mekanisme pemesanan seringkali tertunda. Hal ini mengakibatkan pelanggan jengkel, menciptakan ketidakpuasan, dan merusak kepercayaan calon pelanggan terhadap perusahaan. Pemegang juga tidak leluasa dalam memberikan informasi yang berada dalam ranah divisi sales yang bertanggung jawab dalam *purchasing*.

### **3.3.3 Mengelola penjadwalan komunitas Whatsapp secara teratur**

Sebagai alat promosi *hard selling* Maharum, komunitas Whatsapp seharusnya dapat mewadahi pebisnis parfum Indonesia. Tetapi dari awal masuk hingga konten mulai di unggah kembali masih terjadi penurunan jumlah anggota. Apalagi saat cuti lebaran dan tanggal merah, pemegang tidak dapat mengunggah konten komunitas Whatsapp karena device pribadi pemegang memerlukan login Whatsapp berulang. Inkonsistensi ini dikhawatirkan menjadi menghambat efektivitas komunitas Whatsapp.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Menyadari sejumlah hal yang menghalangi kerja magang berjalan secara maksimal, dilakukan beberapa upaya yakni sebagai berikut:

#### **3.4.1 Melakukan riset terhadap konten B2B**

Cara terbaik untuk mengalahkannya adalah mengenali masalah tersebut dengan baik. Karena itu untuk memahami cara menyampaikan konten B2B dengan tepat, pemangang melakukan observasi pada konten-konten lama perusahaan. Dari sini ditemukan bahwa gaya bahasa konten di awal dapat dibawakan dengan umum, lalu menjelang akhir konten barulah menggunakan gaya bahasa yang lebih formal dan memasukkan sudut pandang pebisnis sebagai pembaca. Misalnya “sebagai pebisnis parfum Anda dapat menggunakan...”. Cara lain ialah dengan membagi porsi konten bisnis lebih banyak dibandingkan konten biasa seperti yang dilakukan *head to head competitor*. Akibatnya dari awal pemangang akan mencari referensi gaya bahasa berfokus pada sudut pandang bisnis.

#### **3.4.2 Memberikan pesan yang secara terjadwal kepada calon pelanggan**

Sebagian besar calon pelanggan berharap mendapatkan balasan dalam 1 hari. Dari kecenderungan ini, pemangang memberikan estimasi waktu calon pelanggan dihubungi dan kesediaan admin untuk *follow up* sales sebagai jaminan bahwa permintaan pelanggan di proses. Selain itu, pemangang juga meminta informasi sales regional untuk memudahkan *follow up* terutama ada pertanyaan khusus.

### **3.4.3 Melakukan alternatif penjadwalan dan mengundang customer join Komunitas Whatsapp sebagai persyaratan mendapatkan sampel**

Pemanggang mencoba membuat konten yang lebih bervariasi dengan formula yang berbeda, mengganti jam penjadwalan dari pk.14.00 dan pk. 16.00 WIB menjadi pk.10.00 dan 14.00 WIB, dan menggunakan Whatsapp Sheet agar waktu penjadwalan lebih teratur. Selain itu, untuk menanggulangi penurunan jumlah anggota Whatsapp, dilakukan pengiriman pesan kepada calon customer yang menginginkan sampel maupun mereka yang terdapat dalam form pemesanan Maharum untuk join komunitas Whatsapp.

