

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam kerja magang

Menurut kerangka pemasaran di PT. Inti Megah Swara, orang yang menyelenggarakan siaran langsung merupakan anggota tim pemasaran dan memegang peranan penting dalam mengiklankan barang-barang perusahaan. Sebagai mahasiswa magang dari Fakultas Ilmu Komunikasi, saya melihat bahwa tugas saya di bidang ini berkaitan erat dengan teori dan praktik komunikasi pemasaran yang saya pelajari di sekolah. Secara spesifik, tanggung jawab utama saya sebagai pembawa acara siaran langsung adalah menyampaikan informasi produk langsung kepada konsumen. Dengan menggunakan platform belanja daring seperti Shopee dan TikTok, saya dapat memberikan penawaran menarik dan mendorong audiens untuk membeli produk yang tersedia. Saya berperan sebagai jembatan antara perusahaan dan pelanggan, menawarkan informasi yang jelas dan berbagai promosi serta insentif untuk merangsang pembelian.

Coviello dkk (dalam Fawaid, 17) menjelaskan bahwa pemasaran digital melibatkan penggunaan internet dan teknologi interaktif lainnya untuk menciptakan dan memelihara komunikasi antara bisnis yang dikenal dan konsumennya. Lebih tepatnya, pekerjaan saya sejalan dengan konsep pemasaran digital yang menekankan keterlibatan langsung dengan audiens. Selama siaran langsung, saya tidak hanya berbicara tetapi juga dapat berinteraksi langsung dengan pemirsa melalui opsi obrolan di situs e-commerce. Hal ini memungkinkan saya untuk segera menjawab pertanyaan atau masalah mereka, sehingga terjalin hubungan yang lebih erat antara perusahaan dan konsumen. Selain itu, sebagai anggota tim pemasaran, siaran langsung yang saya lakukan tidak hanya bertujuan untuk mendongkrak penjualan, tetapi juga untuk menciptakan citra yang baik bagi perusahaan. Ini adalah pendekatan yang efektif untuk meluncurkan produk baru, mengembangkan loyalitas pelanggan, dan memperluas pengenalan merek di pasar yang lebih besar. Oleh karena itu, peran saya sebagai

pembawa acara siaran langsung merupakan aspek Pemasaran Digital yang sangat relevan dalam lanskap e-commerce saat ini. Melalui siaran langsung, perusahaan dapat secara efektif menarik perhatian konsumen, memberikan informasi yang diperlukan, dan memotivasi mereka untuk segera berbelanja.

Berikut adalah ringkasan kedudukan kerja magang dan peran pekerja magang saat magang :

1. Posisi dan divisi :
Intern marketing Communication di divisi Marketing.
2. Atasan langsung :
Supervisor Head of Marketing
3. Tugas Utama :
 - a. Membuat konten mengenai tips audio untuk liburan dan tips penggunaan speaker atau earphone
 - b. Live streaming di e – commerce desound di shopee dan TikTok
4. Koordinasi :
Berkolaborasi dengan tim marketing (berfokus ke social media), videographer, tim live streaming.
5. Wewenang :
Membuat dan mengedit konten, live streaming.
6. Partisipasi :
Mengikuti pameran desound dan acara JBL Festival, sambil membuat konten dan live streaming.
7. Batasan : tidak mengambil keputusan untuk upload video konten secara langsung, memberikan konten tersebut terlebih dahulu kepada tim marketing (mengurus social media) dan supervisor.

Dengan kedudukan kerja magang di atas, pekerja magang dapat

mengerjakan tugas magang dengan baik dan efektif, serta memberikan kontribusi pada PT. Inti Megah Swara. Selain itu, pengalaman saya selama magang ini mengembangkan keterampilan dan mengasah bakat yang dipendam. Pengalaman kerja magang ini juga sangat menguntungkan untuk karier di masa depan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama magang dalam periode enam ratus empat puluh jam, yang setara dengan delapan puluh hari kerja, para peserta magang terlibat dalam berbagai aktivitas yang mencakup streaming langsung dan pembuatan konten. Untuk membantu mereka dalam peran mereka sebagai pembawa acara streaming langsung, para peserta magang menerima panduan tentang cara merawat speaker portabel, cara membuat konten video menggunakan salah satu produk IMS, dan cara melakukan streaming langsung yang mencakup berbagai topik relevan. Mereka juga membahas berbagai produk seperti JBL, Sennheiser, dan Shure selama streaming. Dalam proses ini, para peserta magang mendapat kesempatan untuk menyoroti fitur-fitur unggulan dari setiap produk yang dipamerkan dalam sesi langsung dan membicarakan pro dan kontra dari setiap item. Selain itu, setelah mereka membuat konten, para peserta magang segera mengedit video mereka menggunakan aplikasi capcut, dan kemudian mereka mengirimkan video mereka ke karyawan yang ditunjuk yang mengelola media sosial dan memiliki pengalaman dalam pembuatan konten. Konten ini melalui proses peninjauan terlebih dahulu, dan jika ada perubahan yang diperlukan, peserta magang akan melakukan penyesuaian tersebut sebelum menyerahkan video kepada supervisor, yang kemudian akan memutuskan apakah konten tersebut siap untuk dibagikan di media sosial

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Kegiatan atau tanggung jawab yang dilakukan oleh peserta magang selama masa magang di PT. Inti Megah Swara antara lain sebagai berikut:

| No. | Aktivitas | Keterangan |
|-----|-------------------|---|
| 1. | Digital Marketing | Melakukan live streaming di TikTok dan Shopee pada akun e – commerce Desound |
| 2. | Content Marketing | Membuat konten audio, seperti tips – tips penggunaan speaker atau tws, tips audio untuk liburan, dan fun fact mengenai desound. |

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Dalam sebagian besar kasus, pekerja magang diberi tugas yang dapat dibagi menjadi dua bagian seperti ini:

A. Digital Marketing

Menurut Lane (2008) dalam (Katherine Taken Smith, 2011), pemasaran digital melibatkan promosi barang dan jasa melalui platform digital. Pendekatan ini terkadang disebut e-marketing dan mencakup streaming langsung, yang menyampaikan pesan pemasaran kepada khalayak.

Metode pemasaran digital ini dapat diterapkan pada ruang iklan dan daring. Meskipun demikian, banyak orang memanfaatkan teknik ini untuk menjangkau pelanggan. Tindakan pemasaran digital yang dilakukan oleh pekerja magang meliputi hal-hal berikut:

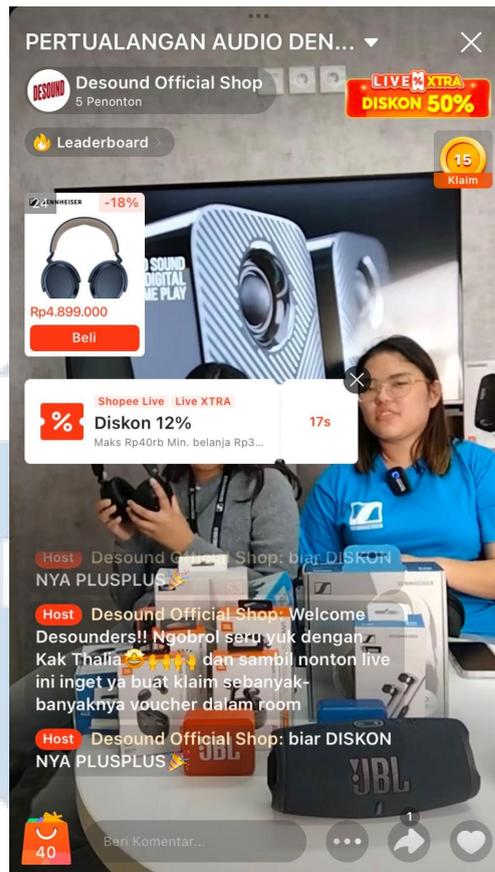


Gambar 3.2.2.1 Digital Marketing Live Streaming

Sumber : Dokumentasi Pemegang (2024)

Acara streaming harian ini digelar untuk memamerkan berbagai produk dengan tema yang berbeda-beda. Streaming ini dilakukan melalui pemasaran digital menggunakan platform TikTok dan Shopee melalui akun resmi Desound Official Shop di situs e-commerce tersebut. Meski kegiatan streaming ini bersifat santai, namun tetap menghadirkan topik atau tema yang unik yang dirancang untuk menarik minat konsumen. Live Streaming ini dilakukan setiap hari dari hari Senin hingga Jumat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.2.2.2 Digital Marketing Live Streaming

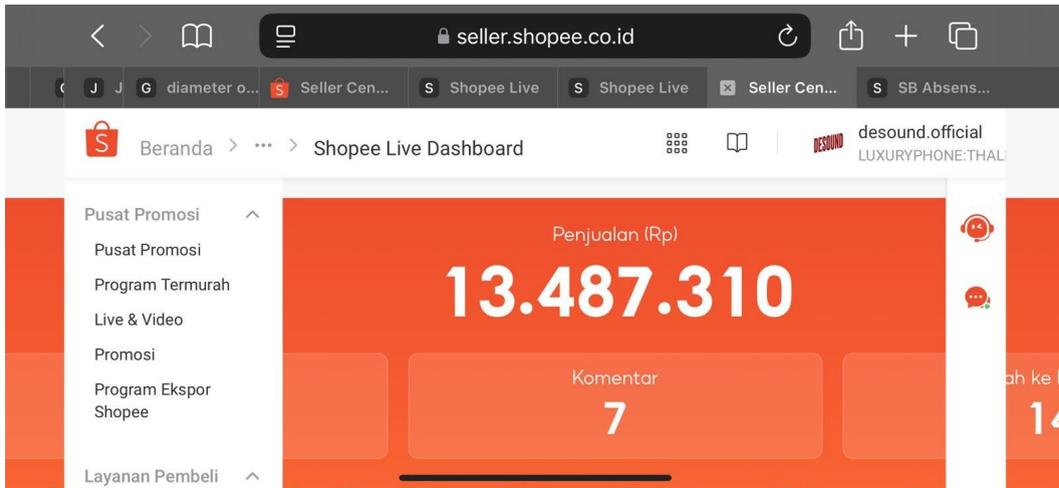
Sumber : Dokumentasi Pemegang (2024)

Subjek atau ide yang direncanakan, seperti labubu viral, musik, tanggal-tanggal khusus (seperti 12.12, 10.10), dan pengalaman audio dengan produk desound, dan lain-lain. Biasanya, live streaming ini akan lebih ramai selama tanggal-tanggal khusus (seperti 12.12, 10.10) karena pembeli menghargai harga yang lebih rendah dan diskon yang signifikan. Meskipun demikian, berbicara tentang produk dan berbagi pendapat cukup sering terjadi selama live streaming, tetapi ini sangat populer di kalangan pemirsa, terutama ketika mereka bertanya tentang suatu produk; pembawa acara akan membuka produk untuk mengulas dan menjelaskan fitur-fiturnya, juga menawarkan barang-barang dengan harga khusus selama acara langsung, penjualan kilat, dan tanggal-tanggal khusus (seperti 12.12,10.10).

Untuk Persiapan live streaming. Pemegang mempersiapkan ruangan terlebih dahulu studio live nya, seperti menyalakan ac, menyalakan TV yang ada video produk

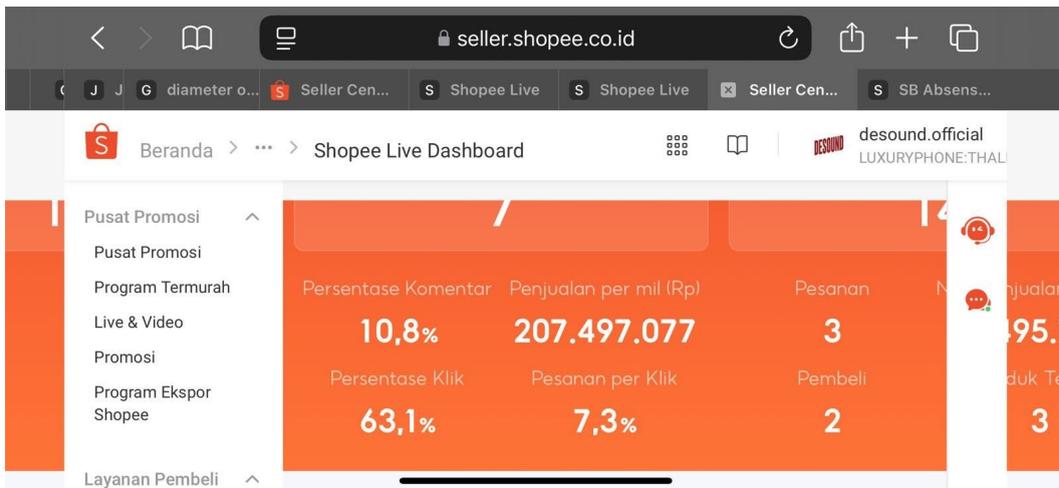
IMS, charger handphone, dan Tripod untuk menaruh HP Live. Kemudian, pemegang mempersiapkan produk seperti speaker, earphone/tws, headset, dan headphone.

Selain itu, pemegang memiliki penjualan tertinggi, serta engagement yang didapat oleh pemegang. Berikut engagement pemegang saat live streaming :



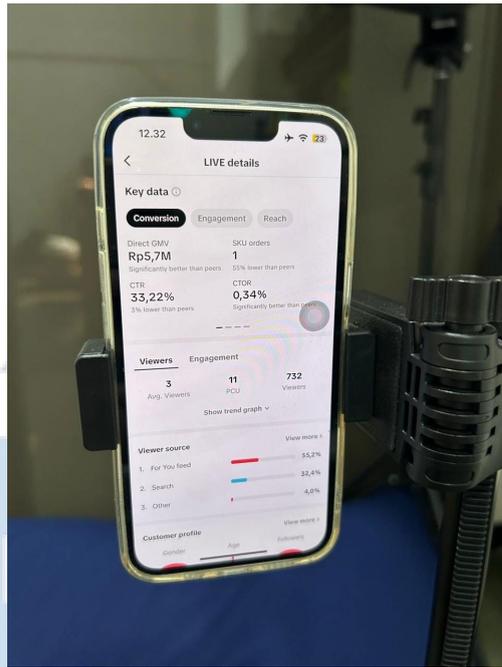
Gambar 3.2.2.3. Penjualan Pemegang saat Live Streaming di shopee

Sumber : Dokumentasi Pemegang (2025)



Gambar 3.2.2.4 Engagement Pemegang saat Live Streaming di shopee

Sumber : Dokumentasi Pemegang (2025)



Gambar 3.2.2.5 Penjualan tertinggi saat Live Streaming di TikTok

Sumber : Dokumentasi Pemegang (2025)



Gambar 3.2.2.6 Engagement tertinggi saat Live Streaming di TikTok

Sumber : Dokumentasi Pemegang (2025)

Beberapa gambar diatas merupakan penjualan dan engagement yang didapat oleh pemegang saat live streaming. Pada gambar 3.2.2.3, penjualan tertinggi pemegang berada di Rp13.487.310 di shopee yang dimana ada 63.1% penonton diluar pengikut yang menonton live dan mengikuti live streaming dari awal hingga akhir. Kemudian, pada gambar 3.2.2.5 penjualan tertinggi pemegang berada di Rp5.7jt. Selain itu, pada gambar terakhir 3.2.2.6 merupakan engagement yang didapat pemegang yang dimana ada 3.4rb penonton yang menyukai live tersebut, serta terdapat 3 pengikut baru.

B. Content Marketing

Sebagaimana dinyatakan oleh Gunelius (2011), pemasaran konten melibatkan promosi bisnis atau merek baik secara langsung maupun tidak langsung melalui konten yang bermanfaat seperti teks, video, dan audio yang memberikan nilai baik di ruang daring maupun luring. Hal ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, termasuk tulisan yang panjang (seperti blog, artikel, atau e-book), tulisan pendek (seperti tweet, kiriman Facebook, atau gambar), atau bahkan melalui interaksi (seperti berbagi di Twitter) dan percakapan yang menarik dalam komentar blog atau diskusi daring. Tujuan pemasaran konten adalah untuk menciptakan konten berkualitas tinggi, orisinal, bermakna, bernilai, menarik, dan relevan yang menonjol dari apa yang ditawarkan pesaing. Upaya pemasaran konten yang dilakukan oleh para pekerja magang:



Gambar 3.2.3. Content Marketing 2024

Sumber : TikTok @lifeatdesound



Gambar 3.2.4. Content Marketing 2024

Sumber : TikTok @De'sound store



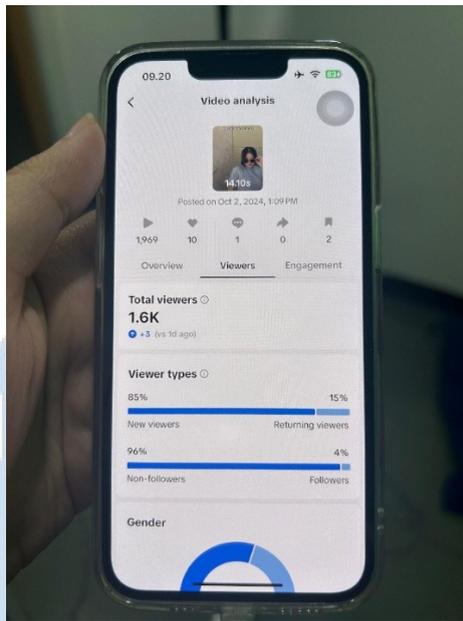
Gambar 3.2.5. Content Marketing 2024

Sumber : TikTok @lifeatdesound

Pada gambar 3.3, 3.4, dan 3.5, diilustrasikan bahwa Tim Pemasaran Thalia dan Cheryl mengembangkan materi promosi untuk Desound. Materi promosi tersebut meliputi barang-barang Desound, rincian tentang produk, cara penggunaannya, dan bukti yang mengonfirmasi bahwa produk De'sound berasal langsung dari PT. IMS dan asli.

Untuk Persiapan pembuatan konten. Pemegang mempersiapkan ruangan terlebih dahulu studio nya, seperti menyalakan ac, mencari produk yang cocok untuk konten yang ingin dibuat, mencari ide konten, Tripod untuk menaruh HP konten. Setelah pemegang menemukan ide konten yang ingin dibuat, pemegang latihan terlebih dahulu

sebelum membuat konten.



Gambar 3.2.6. Engagement Content Marketing 2024
Sumber : TikTok @De'sound Official



Gambar 3.2.7. Engagement Content Marketing 2024
Sumber : TikTok @De'Sound Official

Pada gambar 3.2.6 dan 3.2.7 merupakan gambar dimana engagement yang didapat pemegang pada konten yang dibuat, salah satunya ketika konten tersebut membahas

mengenai salah satu produk dari IMS, yaitu dari JBL Soundgear Frames. Konten tersebut memiliki 1.6 juta penonton yang menonton dari non followers dari desound, serta membuat konten tersebut menambah followers baru.

Tahap observasi pada konten tersebut melalui supervisor terlebih dahulu untuk menentukan bahwa konten tersebut dapat di upload di sosial media atau tidak, jika bisa di upload maka pekerja magang menyerahkan konten tersebut kepada tim marketing yang mengurus dan memegang akun desound untuk di upload.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama magang selama 640 jam, para peserta magang menghadapi berbagai tantangan. Sebagai pembawa acara streaming langsung, ada banyak rintangan yang harus diatasi. Hal ini terutama berlaku bagi mereka yang baru mengenal streaming langsung. Sebagai peserta magang, tanggung jawab utama saya adalah menjadi pembawa acara streaming langsung, yang menghadirkan peluang belajar sekaligus kesulitan.

Tantangan yang dialami para peserta magang meliputi:

- 1) Masalah sinyal di PT. Inti Megah Swara menyebabkan kesulitan dalam streaming. Masalah sinyal ini sering muncul ketika terlalu banyak orang menggunakan wifi pada saat yang sama, terutama jika hujan turun di dekat perusahaan.
- 2) Lag selama streaming langsung merupakan tantangan signifikan yang sering terjadi karena berbagai alasan. Masalah ini biasanya berasal dari koneksi internet yang lambat atau tidak dapat diandalkan, yang menyebabkan kualitas video yang rendah dan gangguan suara.
- 3) Perasaan cemas dan harga diri yang rendah merupakan kendala utama selama streaming langsung. Masalah-masalah ini muncul apabila peserta magang masih pemula dan belum memiliki pengalaman sebelumnya dalam streaming langsung, yang dapat mengakibatkan rasa gugup dan takut menghadapi kamera, sehingga menciptakan hambatan yang signifikan ketika mencoba menjadi pemandu streaming langsung.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Jawaban atas tantangan yang dihadapi oleh para peserta magang adalah sebagai berikut:

- 1) Penting untuk melakukan uji koneksi sebelum memulai siaran langsung guna memastikan jaringan stabil. Menggunakan koneksi internet yang andal membantu mencegah pemutusan sambungan dan memastikan bahwa host siaran langsung tidak terganggu selama siaran berlangsung.
- 2) Koneksi internet yang andal sangat penting beserta pengoptimalan untuk meningkatkan efisiensi, seperti menyesuaikan resolusi untuk meminimalkan kelambatan dan meningkatkan pengalaman bagi audiens dan host siaran langsung.
- 3) Penting untuk berlatih, mempersiapkan diri secara menyeluruh, fokus pada konten, dan terlibat dalam teknik pernapasan dan relaksasi untuk meredakan kegugupan. Ini memastikan bahwa konten siaran langsung disajikan secara efektif, meningkatkan kepercayaan diri, dan memungkinkan pesan yang ingin dikomunikasikan host dipahami dengan jelas oleh audiens.

