

BAB III

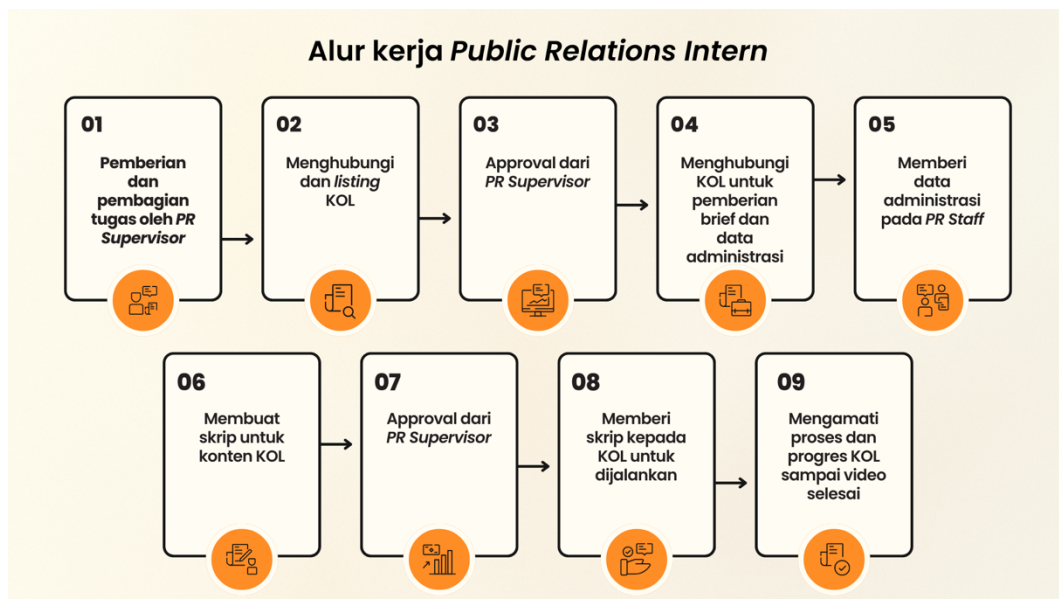
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama pelaksanaan kerja magang sebagai PR Intern di PT MOC Milenial Indonesia, PR Intern menerima honor yang dibayarkan secara bulanan dalam bentuk gaji tetap. Segala pekerjaan PR Intern diarahkan langsung oleh pimpinan teratas dalam departemen, yaitu PR Supervisor. PR Supervisor akan menentukan tugas masing-masing *staff* dan pemagang di dalam Divisi Public Relations, dan menentukan *brand* apa yang akan dikelola oleh tiap pekerja. Dimulai dari proses *listing* dan menghubungi KOL, memberikan KOL *brief* lebih lanjut mengenai kerjasama yang akan dilakukan, proses administrasi, dan pembuatan skrip untuk KOL melalui proses supervisi dan persetujuan Jemima Tobing selaku *supervisor* selama pelaksanaan kerja magang.

Brand yang dikelola oleh pekerja magang adalah suplemen kesehatan Vitayang. Vitayang memiliki dua produk, yaitu Super Green Food yang merupakan suplemen untuk meredakan asam lambung, dan Milchrom yang merupakan suplemen untuk penderita diabetes. *Platform* media sosial yang menjadi tugas untuk pelaksanaan pekerjaan magang adalah Instagram dan TikTok.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 1 Alur kerja Public Relations Intern

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Dalam keseharian, pekerja magang akan menghubungi dan memberikan daftar KOL yang telah dihubungi kepada PR Supervisor untuk pengajuan *approval*. KOL yang akan dihubungi oleh pekerja magang adalah KOL yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh *brand* yang telah ditentukan oleh PR Supervisor, yaitu KOL dalam kategori *nano influencer* atau memiliki jumlah pengikut di media sosial sebanyak seribu sampai dengan sepuluh ribu pengikut. Dalam satu hari, biasanya pekerja magang akan menghubungi setidaknya sepuluh KOL untuk diajak kerjasama.

Setelah PR Supervisor menyetujui KOL yang berada dalam daftar yang diberikan, pekerja magang akan menghubungi kembali KOL untuk memberikan *update* dan brief lebih lanjut mengenai kerjasama yang akan dilakukan. Pekerja magang juga akan meminta beberapa data untuk administrasi seperti nama lengkap, nomor rekening, NPWP, dan alamat KOL. Data tersebut nantinya akan diberikan kepada PR Staff yang akan melakukan proses administrasi seperti pembayaran dan pengiriman barang.

Skrip konten kemudian akan dibuat oleh PR Intern untuk diberikan kepada KOL. Setelah skrip konten dibuat, PR Intern akan mengajukan skrip tersebut

kepada PR Supervisor untuk direvisi atau disetujui. Hasil skrip konten tersebut kemudian akan diberikan kepada KOL untuk dijalankan. Setelah draf video yang telah dibuat oleh KOL telah diberikan pada PR Intern dan disetujui oleh PR Supervisor, proses selanjutnya adalah pengunggahan video melalui akun KOL yang akan dilakukan oleh KOL.

Prosedur yang akan dilakukan oleh PR Intern selanjutnya adalah untuk mengamati keseluruhan proses mulai dari pengiriman barang, draf konten dari KOL, dan pengunggahan video dari akun media sosial KOL untuk dilaporkan kepada PR Staff yang akan membuat laporan keseluruhan KOL yang telah diajak kerjasama kepada PR Supervisor.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama pelaksanaan kerja magang berlangsung, pekerja magang memiliki beberapa tugas dimulai dari membuat daftar KOL, melakukan kerjasama dengan KOL, sampai mengamati proses kerjasama hingga selesai yang melibatkan seluruh Divisi Public Relations dan pihak eksternal (KOL).

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama melaksanakan kerja magang di PT MOC Milenial Indonesia, tugas utama yang dilakukan oleh PR Intern adalah sebagai berikut:

<i>KOL Management</i>	Proses menghubungi dan membuat daftar KOL untuk diajak kerjasama, briefing kepada KOL mengenai kerjasama
<i>Content Writing</i>	Membuat skrip konten untuk dibuat oleh KOL

Tabel 3. 1 Tugas Utama Public Relations Intern

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang, tugas utama PR Intern memiliki uraian sebagai berikut :

A. KOL Management

Setiap harinya PR Intern akan melakukan *listing* KOL untuk diajak bekerjasama berupa *endorsement* dengan brand yang telah ditentukan oleh PR Supervisor, Vitayang, yang memiliki dua produk, yaitu Super Green Food dan Milchrom. Super Green Food merupakan produk suplemen untuk menyembuhkan dan meredakan permasalahan lambung dan pencernaan seperti asam lambung, maag, dan GERD (Gastroesophageal Reflux Disease). Target KOL yang akan diajak bekerjasama dengan produk Super Green Food adalah kreator konten pekerja kantoran, makan makanan pedas, pejuang diet, dan ahli gizi. Untuk produk Milchrom yang merupakan suplemen untuk diabetes, KOL yang ditargetkan untuk diajak kerjasama adalah kreator konten orang tua, dokter, penderita diabetes, kesehatan, dan anak dewasa yang membuat konten dengan orang tua.

Langkah pertama dalam proses *listing* KOL yang dilakukan oleh PR Intern adalah menerima arahan langsung dari PR Supervisor terkait tujuan pemasaran dan segmentasi target audiens. Berdasarkan pengarahan tersebut, kerja sama dengan KOL difokuskan untuk meningkatkan *brand awareness* produk Vitayang melalui *platform* media sosial, khususnya Instagram dan TikTok. PR Intern diarahkan untuk mencari KOL yang aktif dan relevan di kedua *platform* tersebut, sesuai dengan karakteristik masing-masing produk. Khalayak sasaran yang ditetapkan oleh perusahaan untuk produk Vitayang Super Green Food adalah individu yang memiliki masalah asam lambung dan GERD, sedangkan untuk produk Vitayang Milchrom, khalayak sasarnya adalah pengidap diabetes.

Cara yang dilakukan oleh PR Intern dalam mencari KOL yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan perusahaan adalah dengan menggunakan beberapa *keyword* atau kata kunci pada kolom pencarian di media sosial Instagram dan TikTok. PR Intern akan mencoba menggunakan beberapa variasi kata kunci dalam proses pencarian hingga memperoleh jumlah kandidat KOL yang sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh PR Supervisor setiap harinya. Dalam proses ini, PR Intern juga melakukan pemeriksaan kembali terhadap daftar KOL yang sudah pernah dihubungi atau sudah pernah

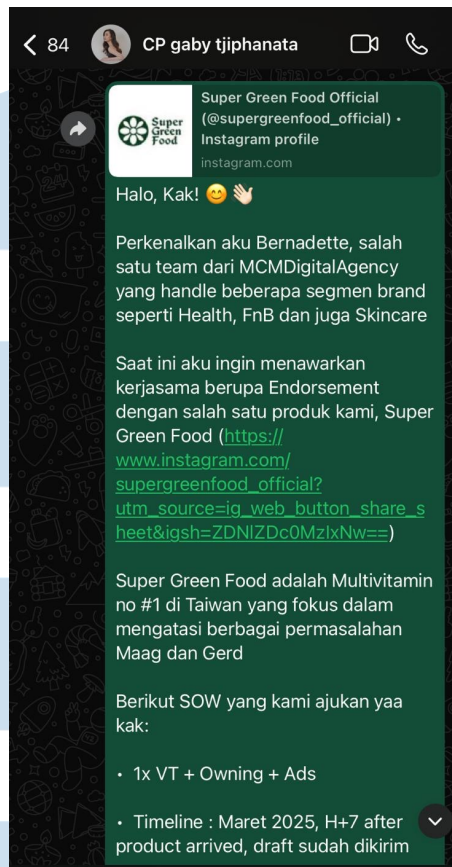
diajak kerjasama sebelumnya untuk memastikan tidak adanya duplikasi atau pengulangan, dengan alasan setiap KOL *campaign* harus menggunakan KOL yang berbeda.

Proses pencarian tersebut dilakukan oleh PR Intern secara manual tanpa bantuan kecerdasan buatan (AI), dikarenakan berdasarkan pengalaman selama magang, PR Intern menilai bahwa AI belum mampu secara akurat menyeleksi KOL yang sesuai dengan kriteria spesifik *brand* yang sedang ditangani. Di luar penggunaan AI, PR Intern selama bekerja magang juga belum menemukan *tools* di internet yang dapat membantu proses pencarian KOL yang sesuai dengan kriteria pencarian.

Langkah kedua dalam pemilihan KOL adalah untuk menentukan *platform* media sosial yang akan digunakan oleh KOL dalam kerjasama yang akan dilakukan. Untuk menentukan *platform* media sosial yang akan digunakan, PR Intern akan melakukan riset konten melalui media sosial KOL, dengan membandingkan konten Instagram Reels dan konten TikTok dari KOL tersebut. Dimulai dari isi konten, konsistensi pengunggahan konten, dan *engagement* dari konten-konten yang telah dibuat oleh KOL.

Untuk KOL yang aktif dalam membuat konten TikTok dan Instagram, maka *platform* media sosial yang akan digunakan adalah dengan Instagram Reels dan video TikTok. Namun jika KOL tersebut hanya aktif di Instagram dan tidak konsisten dalam mengunggah video melalui TikTok, maka *platform* yang digunakan hanya Instagram Reels, dan sebaliknya. *Platform* media sosial yang ditentukan oleh PR Intern bervariasi, tergantung pada KOL yang akan diajak untuk bekerjasama.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 2 Percakapan pendekatan PR Intern kepada KOL

Sumber : Dokumentasi pribadi (2025)

Setelah mendapatkan KOL yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan, PR Intern akan menghubungi KOL melalui narahubung yang biasanya tertera pada profil KOL menggunakan WhatsApp pribadi PR Intern. Dalam PT MOC Milenial Indonesia, pekerja tetap mendapatkan perangkat *handphone* beserta kartu SIM untuk menghubungi KOL, namun untuk pekerja magang tidak mendapatkan fasilitas tersebut sehingga harus menggunakan perangkat pribadi. PR Intern akan menghubungi KOL untuk mengenalkan produk, menjelaskan lingkup kerja yang diajukan, dan menanyakan rincian tarif dari layanan yang ditawarkan oleh KOL. Rincian tarif tersebut akan dimasukkan ke dalam Google Sheets oleh PR Intern untuk melalui proses *approval* dari PR Supervisor.

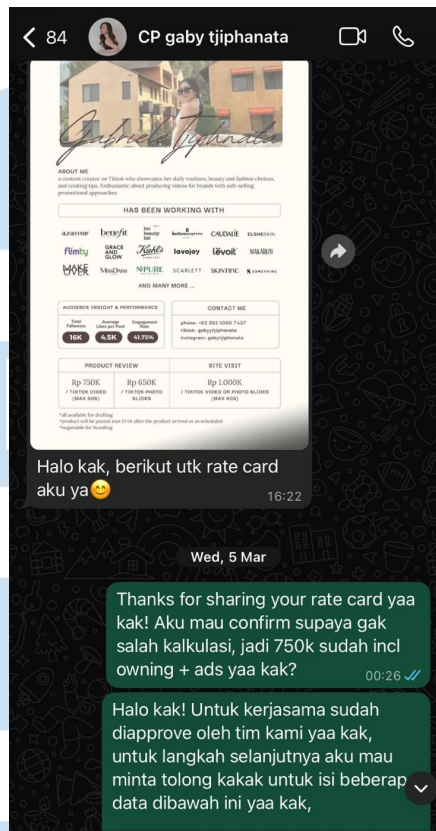
Nama	Link	SOW	Rate	Aproval Ko Sean	Note
Dr. Leida Ariani	n?utm_source=ig_web_button	1x Reels + Owning + Kode Iklan	1.500.000	Approved	Dr. Penyakit Dalam
Dr. Ika Devi	d?utm_source=ig_web_button	1x Reels + Owning + Kode Iklan	7.500.000	Not Approved	Dr. Penyakit Dalam
dr Alip Hildan	utm_source=ig_web_button.s	1x Reels + Owning + Kode Iklan			Dr. umum dan public figure
hayifaa	ram.com/hayifaa?igsh=MxZia	1x Reels + Owning + Kode Iklan	2.200.00	Not Approved	Talent Ibu dan anak
hard, Dita, Kenneth (Teman Ba	utm_source=ig_web_button.s	1x Reels + Owning + Kode Iklan	11.500.000	Approved	
dr Putri Sakti	gk?utm_source=ig_web_button	1x Reels + Owning + Kode Iklan	14.000.000	Not Approved	Spesialis Gizi Klinik
dr. Cut	utm_source=ig_web_button.sh	1x Reels + Owning + Kode Iklan	8.000.000	Not Approved	Dokter Gizi
audypril	ps://www.instagram.com/audypril	1x VT + Mirroring Reels	2.000.000	Approved	Ahli Gizi
asyeraamajesti	://www.tiktok.com/@asyeraamajesti	1x VT	2.500.000	Approved	Talent Ibu dan anak
hythyr	https://www.tiktok.com/@hythyr	1x VT	2.000.000	Approved	Talent Ibu dan anak
the.bavoles	ps://www.tiktok.com/@the.bavoles	1x VT	4.250.000	Not Approved	Talent Ibu dan anak
jinggaarshabidari	://www.tiktok.com/@jinggaarshabidari	1x VT	8.500.000	Not Approved	Talent Ibu dan anak
lusianaip	tps://www.tiktok.com/@lusianaip	1x VT	11.500.000	Not Approved	Talent eyang dan cucu
tsya	tps://vt.tiktok.com/ZS6PmV99	1x VT	1.500.000	Not Approved	Talent Ibu dan anak
anak bu RT	s.com/@alvanorickky/video/742	1x VT	1.500.000	Not Approved	Talent Ibu dan anak
dansindiaay	s://www.tiktok.com/@dandsindiaay	1x VT + Mirroring Reels	1.500.000	Not Approved	Talent Ibu dan anak
auradiva	n/@whoshva?is_from_webap	1x VT + Owning + Kode Iklan	1.950.000	Not Approved	Talent eyang dan cucu
taruna widi	/t/taruna_widi?is_from_webap	1x VT + Owning + Kode Iklan	3.500.000	Not Approved	Talent eyang dan cucu
bunda ayah	n/@buuuaah?is_from_webap	1x VT + Owning + Kode Iklan			ayah dan ibu
Divary Mega	@divarymega?is_from_webap	1x VT + Owning + Kode Iklan	3.500.000		Talent Ibu dan anak
Kelly Moncherie	@kellymoncherie?is_from_webap	1x VT + Owning + Kode Iklan	4.500.000	Approved	Talent eyang dan cucu
Putri Bayna	y/@pubaavy?is_from_webap	1x VT + Owning + Kode Iklan	600.000	Approved	Talent eyang dan cucu
farida nurhan	n?utm_source=ig_web_button	1x VT + Owning + Kode Iklan	tt.43.750.000	Not Approved	TT dulu ya
mama cetar (tri hartati)	/@trihartati.65?is_from_webap	1x VT + Owning + Kode Iklan	16.000.000	Not Approved	
oma shinta	ashintadanopalmam?is_from_v	1x VT + Owning + Kode Iklan			

Gambar 3. 3 List KOL dan Approval PR Supervisor

Sumber : Data Perusahaan (2025)

Setelah mendapat *approval* dari PR Supervisor, PR Intern akan menghubungi kembali KOL untuk memberikan pembaruan terkait kerjasama yang akan dilakukan. PR Intern menganalisa bahwa PR Supervisor hanya melakukan *approval* pada KOL dengan *rate* di bawah 2.500.000 Rupiah. PR Intern kemudian akan membuat SPK (Surat Perintah Kerja) untuk memastikan kembali lingkup kerja yang akan dilakukan oleh KOL dan tarif dari jasa KOL tersebut. SPK kemudian akan diberikan kepada KOL untuk ditandatangani. Setelah SPK ditandatangani oleh KOL, PR Intern akan mengulas kembali SPK tersebut untuk ditandatangani oleh PR Intern selaku perwakilan perusahaan.

Selama bekerja magang di PT MOC Milenial Indonesia, jumlah KOL yang telah dihubungi oleh PR Intern untuk bekerja sama tidak menentu setiap bulannya dengan jumlah paling banyak dalam satu bulan berada di 179 KOL, dan jumlah paling sedikit dalam satu bulan berada di 80 KOL. Sedangkan untuk jumlah KOL yang mendapat *approval* untuk diajak kerjasama selama bekerja magang sebanyak 12 KOL, empat KOL setiap bulannya selama bulan Januari sampai dengan April 2025.



Gambar 3. 4 Percakapan PR Intern dengan KOL

Sumber : Dokumentasi perusahaan (2025)

PR Intern juga akan meminta data dari KOL seperti kartu identitas dan alamat untuk diteruskan kepada PR Staff. Segala hal yang berhubungan dengan pendataan, pembayaran, dan pengiriman barang diserahkan kepada PR Staff untuk ditangani lebih lanjut. Setelah PR Staff melakukan pembayaran kepada KOL, bukti pembayaran akan diberikan kepada PR Intern untuk diteruskan kepada KOL. PR Intern kemudian akan membuat grup WhatsApp beranggotakan PR Intern, PR Supervisor, PR Staff, dan KOL untuk memudahkan koordinasi selama bekerjasama dengan KOL.

Levin (2020) menjelaskan bahwa untuk memilih KOL yang tepat untuk bekerjasama, terdapat empat langkah yang disebut *4-Step Influencer Marketing Framework*: Langkah pertama adalah mengidentifikasi secara jelas tujuan pemasaran yang ingin dicapai, menentukan siapa target audiens yang paling tepat untuk dijangkau, serta menetapkan indikator keberhasilan. Setelah itu,

langkah kedua adalah merancang strategi kampanye yang selaras dengan tujuan bisnis dengan memilih *platform* yang tepat. Pada tahap ketiga, tentukan jenis konten yang akan dibuat bersama KOL, dengan mempertimbangkan nilai cerita yang ingin dibangun, serta kesesuaian antara persona KOL dan *brand*. Terakhir, susun perencanaan yang mencakup alokasi anggaran secara rinci dan target hasil yang ingin dicapai yang akan digunakan untuk memaksimalkan jangkauan kampanye.

Dari keempat langkah tersebut, yang membedakan proses *listing* KOL yang dilakukan oleh PR Intern adalah urutan langkah yang dilakukan, dimana PR Intern melakukan langkah penentuan konten yang akan dibuat di akhir, setelah mendapat persetujuan dari kedua pihak untuk bekerjasama. Kemudian, terdapat perbedaan lain yaitu PR Intern tidak menentukan target hasil yang akan dicapai dalam kampanye yang dilakukan karena tugas tersebut tidak termasuk dalam pekerjaan PR Intern.

B. *Content Writing*

Setelah pelunasan pembayaran KOL untuk bekerjasama, tugas utama PR Intern yang berikutnya adalah menulis skrip konten untuk diberikan kepada KOL sebagai acuan atau panduan dalam pembuatan video untuk kerjasama yang akan dilakukan. Skrip konten yang dibuat oleh PR Intern adalah *hook point* dan konsep konten, dan KOL tetap dibebaskan untuk membuat keseluruhan konten sesuai dengan kreatifitas dan persona mereka masing-masing. PR Intern akan diarahkan untuk menulis beberapa opsi *hook point* yang dapat memicu audiens KOL untuk tetap menonton konten KOL. Maka dari itu, *hook point* yang ditulis oleh PR Intern diarahkan untuk dibuat semenarik mungkin untuk diletakkan di awal video konten agar audiens tertarik untuk menonton video yang dibuat oleh KOL.

Proses pembuatan *hook point* yang dilakukan oleh PR Intern dimulai dengan melakukan riset. PR Intern akan menganalisa jenis konten atau *personal branding* dari KOL tersebut agar *hook point* yang dibuat tetap relevan dengan *branding* KOL. Maka dari itu, pesan yang disampaikan melalui *hook*

point menyesuaikan dengan *branding* KOL dan juga audiens dari KOL tersebut.

Seluruh video konten **WAJIB menyertakan HOOK** atau clickbait yang menarik (disesuaikan dengan tema/konsep video endorsement) di bagian pembuka video, durasi kurang lebih 3-5 detik!

CONTOH HOOK! (jika contoh digunakan, maka wajib dikembangkan)

- POV : 24yo workaholic, full day activity, late lunch (konsep : jam makan siang yang telat menjadi penyebab penyakit **MAAG & GERD** Gaby kambuh)
- Get Ready With Me : Corporate Girlie on a hectic/busy day (konsep : mencegah penyakit **MAAG & GERD** kambuh di hectic day supaya tidak mengganggu flow kerja)
- Life hacks buat budak korporat hobby lembur (selalu siapkan dan konsumsi SGF agar penyakit **LAMBUNG, MAAG & GERD** tidak kambuh saat kerja lembur)
- Weekend Self Care after a busy week (konsep : pencegahan penyakit **MAAG & GERD** dengan mengkonsumsi SGF agar penyakit tidak kembali lagi)

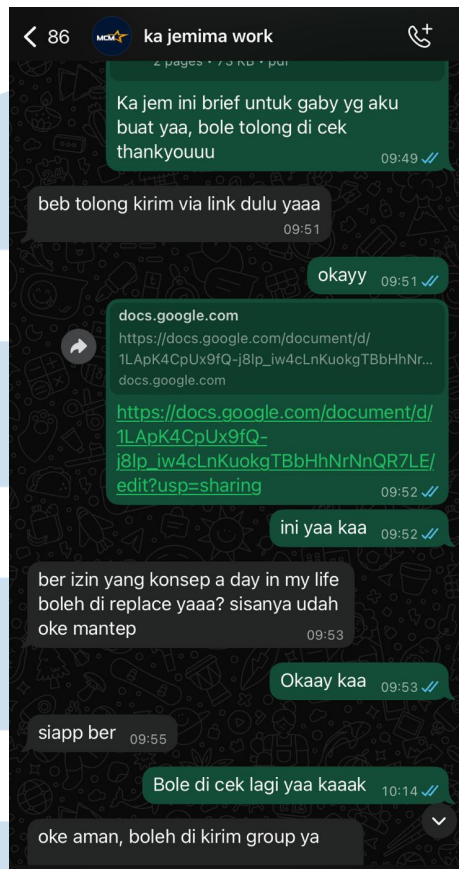
Hook yang dilampirkan dalam brief ini, sifatnya hanya sebagai referensi. Dimana talent wajib mengembangkan hook sesuai dengan karakter talent masing-masing

Gambar 3. 5 Content Writing PR Intern

Sumber : Data Perusahaan (2025)

Kemudian, PR Intern akan menuliskan konsep dari keseluruhan video sesuai dengan beberapa *hook point* yang telah dibuat. Sebagai contoh, salah satu KOL yang diajak bekerjasama untuk produk Super Green Food adalah kreator konten pekerja kantoran. Maka, *hook point* dan konsep yang akan dibuat oleh PR Intern akan menyesuaikan dengan lingkungan pekerja kantoran.

Dalam proses penulisan *hook point*, PR Intern diarahkan oleh PR Supervisor untuk menggunakan Kecerdasan Buatan (AI) jika mengalami kesulitan dalam menuliskan beberapa opsi *hook point* untuk KOL. Selama kerja magang berlangsung, PR Intern belum pernah menggunakan AI dalam penulisan *hook point*. Meskipun dapat membantu PR Intern dalam menulis *hook point*, PR Intern belum pernah membutuhkan bantuan AI dalam menuliskan *hook point* selama melaksanakan kerja magang.

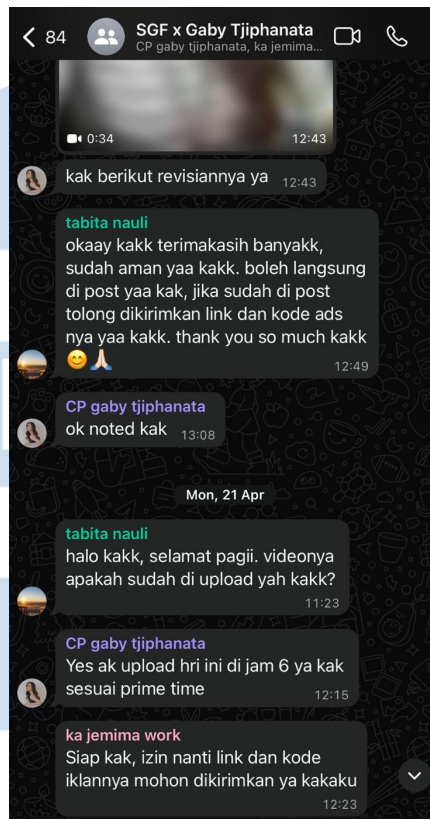


Gambar 3. 6 Proses revisi dan *approval* PR Supervisor

Sumber : Dokumen perusahaan (2025)

Hasil *content writing* yang dibuat oleh PR Intern kemudian akan diserahkan kepada PR Supervisor untuk melalui proses *approval*. Setelah mendapatkan persetujuan dari PR Supervisor, *brief* untuk KOL akan diberikan oleh PR Intern kepada KOL melalui grup WhatsApp yang telah dibuat. Hasil draf konten yang telah dibuat oleh KOL akan dikirim ke grup WhatsApp sebelum diunggah untuk melalui tahapan *approval* dari pihak perusahaan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 7 Percakapan dalam grup WhatsApp PR dengan KOL

Sumber : Dokumen perusahaan (2025)

Tim PR akan memastikan konten yang dibuat oleh KOL sesuai dengan *brief* yang telah dikirimkan dan disetujui. Jika draf konten yang telah dibuat tidak memerlukan revisi, KOL akan diberi isyarat untuk mengunggah konten tersebut melalui media sosial KOL tersebut. Langkah terakhir yang akan dilakukan oleh PR Intern adalah melaporkan kepada PR Staff mengenai selesainya proses kerjasama, dan mengirimkan hasil video yang telah dibuat dan diunggah ke media sosial oleh KOL.

Hook Point merupakan teks, wawasan, konsep atau ide atau format (misalnya, gambar atau video), kepribadian atau penampilan, produk/layanan, atau kombinasi dari beberapa atau semua elemen ini yang digunakan untuk menarik perhatian audiens dalam waktu sesingkat mungkin (Kane, 2020). Untuk membuat *hookpoint* yang menarik, kaitkan *hook point* dengan pesan utama, dan gunakan pendekatan naratif dengan cerita yang memancing rasa

penasaran dari pengalaman pribadi, keluarga, atau teman, serta metafora yang relevan untuk menjelaskan konsep dan gunakan juga fakta mengejutkan atau opini yang berbeda untuk menarik perhatian, serta tunjukkan keunikan bisnis atau diri agar orang memilih anda daripada kompetitor (Krawczyk, 2022).

Terdapat persamaan antara proses pembuatan *hook point* yang dijelaskan oleh Krawczyk dengan cara pembuatan *hook point* yang ditulis oleh PR Intern. Krawczyk menyarankan untuk menggunakan pendekatan naratif dengan pengalaman pribadi dan metafora yang relevan, dan PR Intern melakukan riset konten serta persona KOL agar penulisan *hook point* sesuai dengan pengalaman pribadi KOL dan mengangkat topik yang relevan dengan konten KOL. Selain itu, PR Intern juga memberikan kebebasan kepada KOL untuk berkreasi dalam mengembangkan konten dari *hook point* yang telah diberikan, dan proses *approval* yang melibatkan PR Supervisor juga membantu memastikan kualitas dan kesesuaian konten sebelum dipublikasikan.

3.2.3 Kendala Utama

Terdapat kendala yang dialami selama bekerja sebagai Public Relations Intern, yaitu tidak adanya arahan atau SOP perusahaan untuk langkah mengerjakan salah satu tugas utama pekerja magang, yaitu *KOL management*.

3.2.4 Solusi

Agar pelaksanaan dan *output* kerja magang tetap optimal, terdapat solusi dari kendala yang dialami selama bekerja, yaitu dengan membuat SOP perusahaan terkait langkah dalam melakukan pekerjaan sebagai PR Intern, atau mengadakan pelatihan di awal terkait bagaimana saja langkah dalam melakukan tiap uraian pekerjaan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A