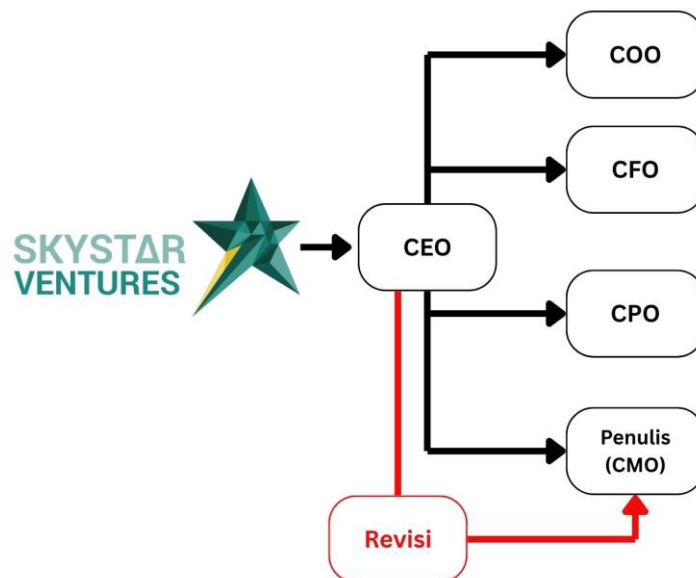


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Mendeskrispikan kedudukan penulis dalam program pekerjaan magang di bawah naungan *Skystar Ventures*, penulis dengan anggota kelompok Terran mendapatkan seorang *supervisor* yang mengawasi dan juga menjadi seseorang yang membantu kelompok dalam menjalani program magang ini.



Gambar 3.1. Contoh bagan alur kerja. Sumber: Milik pribadi (2025)

Penulis memiliki kedudukan dan peran pekerjaan sebagai *Chief Marketing Officer* (CMO) yang bertanggung jawab dalam memasarkan dan melakukan promosi konten merek Terran di sosial media serta memperluas merek Terran di banyak kalangan masyarakat dan berpotensi untuk membeli dan tertarik terhadap produk Terran. Bagan yang telah dibikin merupakan visual bagaimana setiap peran memiliki bagiannya masing-masing dan bekerja dibawah pengawasan *Chief Executive Officer* (CEO), yaitu ada divisi produksi produk, pemasaran yaitu pekerjaan penulis, finansial, dan operasional. Penulis sebagai pekerja dalam divisi

pemasaran bekerja sama dengan divisi lain dalam rangka membuat ide konten serta meminta revisi dan persetujuan dari CEO agar konten yang diciptakan dapat digunakan untuk memasarkan produk merek Terran.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Tugas dan juga kegiatan kerja magang yang telah dilakukan oleh penulis dalam jangka waktu periode berlangsungnya magang di bulan Agustus sampai Oktober adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2. Tabel tugas dan uraian kerja penulis

Waktu pengerjaan	Tugas yang dikerjakan
Minggu Pertama (25 Agustus – 31 Agustus)	Membuat rough planning untuk posting content dalam rangka memasarkan merek Terran pada tahun 2025 sampai awal tahun depan.
Minggu Kedua (1 September – 7 September)	Melakukan riset pada konten sosial media untuk marketing produk, memahami trend dan algoritma dalam konten parfum pada platform sosial media.
Minggu Ketiga (8 September – 14 September)	Menuliskan Terran content planning pada Marketing Master Spreadsheet untuk pembuatan konten sosial media Terran secara konsisten di minggu-minggu kedepannya. Mulai membuat drafting content feed Instagram.
Minggu Keempat (15 September – 21 September)	Merancang content posting untuk memasarkan dan menggunakan advertisement pada platform sosial media

	untuk melakukan boosting mendapatkan engagement. Memposting content secara berkala dan memasarkan tempat penjualan produk Terran.
Minggu Kelima (22 September – 28 September)	Konsisten memposting konten untuk mengumpulkan engagement sosial media Terran. Melakukan perancangan konten video pendek untuk kemudian hari.

(Sumber: Penulis, 2025)

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama menjalani program kewirausahaan sekaligus magang di bawah naungan Skystar Ventures, penulis memiliki *job role* yaitu *Chief Marketing Officer* (CMO). Penulis sebagai *Chief Marketing Officer* (CMO) berperan untuk merancang strategi untuk memasarkan produk parfum Terran, mengembangkan pasar merek, dan menarik pelanggan yang berpotensi untuk membeli produk Terran. *Chief Marketing Officer* (CMO) adalah salah satu merupakan pemain penting dalam kelompok bisnis yang bertanggung jawab atas menyampaikan informasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi perusahaan kepada audiens secara tepat, melalui *marketing*. (Gamedia, 2025).

a. Perancangan Content Planning & Marketing Master Sheet

Penulis telah melakukan riset mengenai sosial media yang kini dipakai oleh banyak orang dan mencari cara agar pemasaran yang dilakukan efektif sampai kepada pembeli. *Instagram* merupakan salah satu platform media sosial yang paling efektif untuk memasarkan produk Terran karena sifatnya yang sangat visual dan estetik. Produk parfum tidak hanya dijual berdasarkan fungsi, tetapi juga melalui citra, gaya hidup, dan emosi yang ingin disampaikan kepada konsumen. Banyak keunggulan dalam menggunakan Instagram sebagai sosial media utama Terran terutama dalam mencapai target pasar yang mencakup generasi muda sampai dewasa.

Instagram memungkinkan merek untuk menampilkan visual produk, kemasan, hingga gaya hidup yang terkait dengan aroma parfum secara menarik. Melalui foto, video, reels, maupun stories, merek parfum dapat menciptakan kesan mewah, elegan, atau modern sesuai identitas brand Terran. Dimana merek Terran juga menawarkan sebuah kisah cerita dengan aspek kultural pada masing-masing parfumnya. Platform ini juga menyediakan ruang interaksi langsung antara brand dan konsumen. Melalui fitur *polls*, *Q&A*, *comments*, dan *direct message*, perusahaan dapat menerima umpan balik secara cepat terkait aroma, desain botol, atau kampanye pemasaran yang dijalankan. Selain itu, *Instagram* memiliki fitur iklan berbayar (*Instagram Ads*) yang memungkinkan brand menargetkan audiens secara spesifik berdasarkan usia, lokasi, minat, dan perilaku belanja, sehingga promosi menjadi lebih efisien dan tepat sasaran.

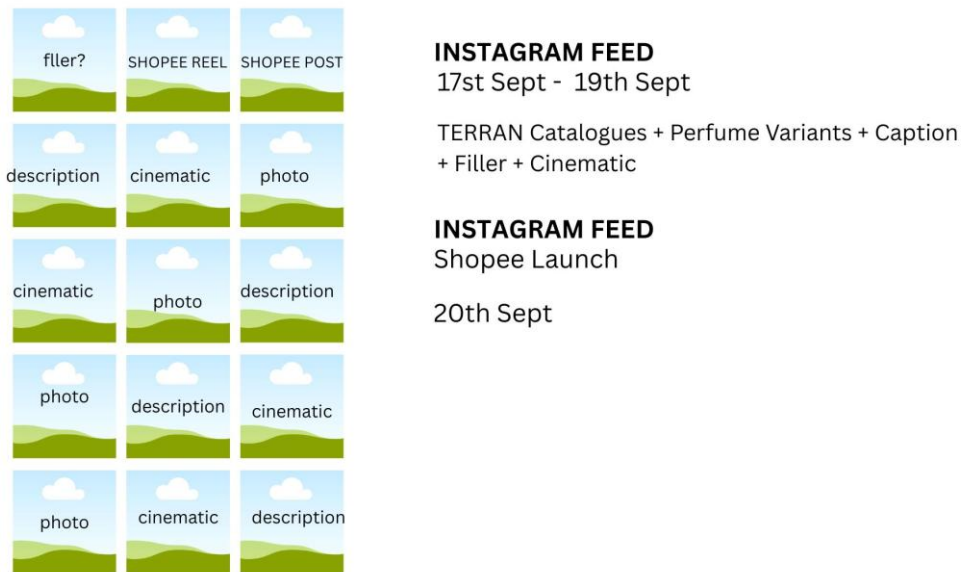
Pada akhir tahun 2025, *Instagram* di Indonesia memiliki sekitar 108 juta pengguna aktif berdasarkan angka yang di publikasi dari alat Meta, yang mewakili sekitar 47,5% dari populasi yang memenuhi syarat berusia 13 tahun ke atas (datareportal, 2025). Basis pengguna yang cukup banyak ini menunjukkan pengaruh kuat *Instagram* dalam dunia digital Indonesia. Platform ini terbilang sangat populer di kalangan audiens muda, dengan kelompok usia 18–24 dan 25–34 menjadi segmen pengguna yang dominan dan kelompok usia tersebut sesuai dengan target pasar Terran. Selain itu, data menunjukkan bahwa jumlah pengguna perempuan sedikit lebih banyak dibandingkan laki-laki di platform ini, mencerminkan daya tarik kuat *Instagram* di kalangan pengguna wanita yang cenderung lebih terlibat dengan konten yang berkaitan dengan gaya hidup & kecantikan.

TERRAN DESIGN CONTENT PLANNING BULAN SEPTEMBER (22-31)								
No	Copywriting	Advertisement	Details	Reference	Link Foto / Design	Progress	PIC Design	Tanggal Posting
*	Shooting footages for Terran Introduction	☐	Shooting			Done Posted	Lance Jovin	Selasa, 16th Sept
1	Introducing Terran Perfume Brand	☒	Reels Introducing our 4 variants, describe them, and tag our shopee shop			Done Posted	Lance Nom	Rabu, 17th Sept
2	Introducing Terran Variant/Catalogue	☐	Post (2) Mandarin & Tea 1 variant 1 post graphic design		Thursday, 18 Sept 25	Done Posted	Wyn	Kamis, 18th Sept
3	Introducing Terran Variant/Catalogue	☐	Post (2) Water Blossom & Hanami 1 variant 1 post graphic design		Friday, 19 Sept 25	Done Posted	Wyn	Jumat, 19th Sept
3	Terran Shopee Launch	☐	Post		Saturday, 20 Sept 25	Done	Wyn	Sabtu, 20 Sept
4	Terran Shopee Launch	☒	Reels		Saturday, 20 Sept 25	Done	Jovin	Sabtu, 20 Sept
5	TikTok Trends: Perfume Moodboard Slideshow	☐	Reels	https://vt.tiktok.com/ZSDHqy1ev/	https://drive.google.com/drives/u/5/folders/1n54Y4PN13eOHR	Done Posted	Wyn Nom	Rabu, 24th Sept
*	Footage / photo di cafe	☐				Done	Wyn Nom Rial	
6	Perfume on people's head	☐	Reels	https://vt.tiktok.com/ZSDHJ1ncw/		Done Posted	Jovin Nom	Sabtu, 27th Sept
7	POV : You complimented my perfume	☐	Reels	https://vt.tiktok.com/ZSDHJ1ncw/		WIP	Nom	Rabu, 1st October
8	Footage Compilation (Semprot parfum, bottle on hands, Aesthetic, etc)	☐	Reels	https://www.tiktok.com/@dianaugc_xo/video/731454		WIP	Nom	Sabtu, 4th October
9	If this perfume was a song	☐	Reels (cari lagu yg viral & vibe mirip with perfume)					Rabu, 8th October
10	"You smell so good, what perfume are you wearing?"	☐	Reels	https://vt.tiktok.com/ZSAE2CYL/				Sabtu, 11th October

Gambar 3.2.1 Terran Content Planning. Sumber: Terran (2025)

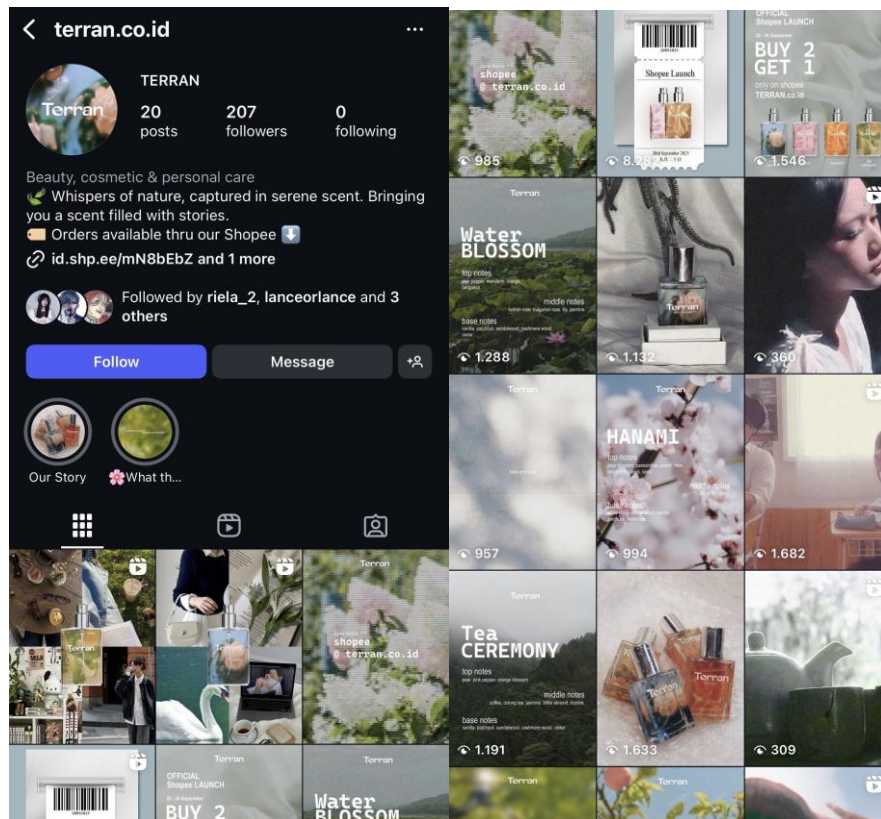
b. Perancangan konsep Instagram feed Terran & content posting

Selain merancang timeline dan content planning, penulis juga memetakan dan membuat konten yang akan di unggah di sosial media Terran seperti Instagram dan Tiktok untuk memasarkan produk serta berupaya untuk menambahkan engagement terhadap produk merek Terran agar mendapatkan pelanggan berpotensi membeli produk parfum Terran. Penulis membuat pemetaan unggahan posting *Instagram* yang berisi konten katalog varian parfum Terran, *notes*, video sinematik untuk mengiklankan produk, serta melakukan pengenalan produk Terran kepada sosial media untuk menyebarkan nama merek Terran ke target pasar. Melakukan post menggunakan fitur iklan Instagram agar postingan mendapatkan *engagement* dan juga impresi pada pertama kali audiens melihat dalam sosial media.



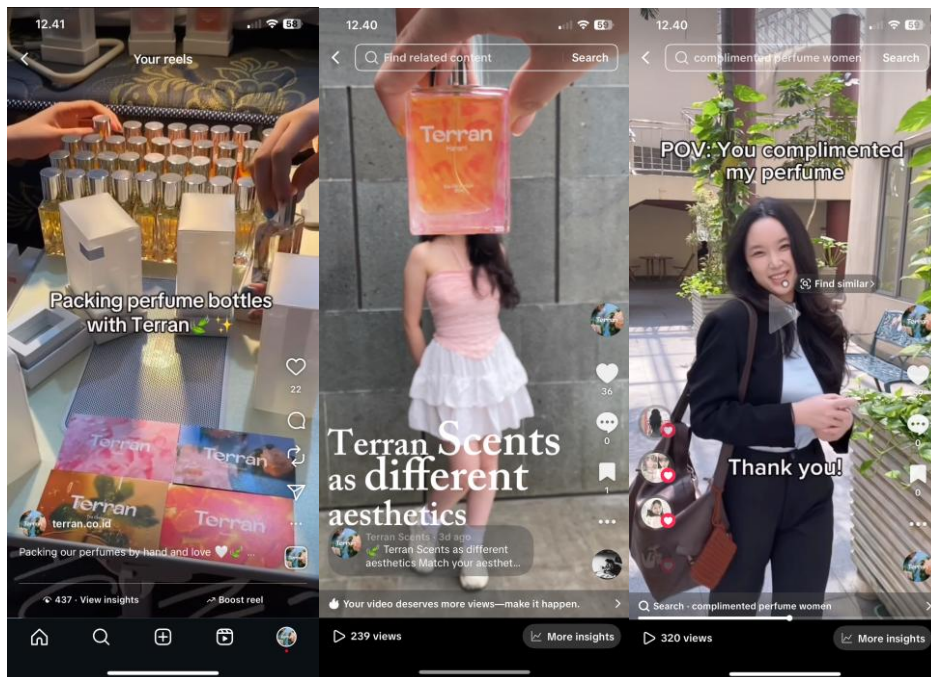
Gambar 3.2.2 Rancangan posting Instagram Terran. Sumber: Terran, 2025

Dalam merancang estetika Instagram Feed Terran, penulis menggunakan inspirasi visual dari tema Asia Timur sesuai dengan branding merek Terran dan di aplikasikan kepada pemasaran dan visual sosial media Terran. Menggunakan warna palette yang kalem dan sesuai dengan branding Terran yaitu menggunakan warna biru, pink, hijau, dan jingga. Se jauh ini *engagement* dan kesan dari Instagram Terran memiliki status yang cukup baik dan banyak yang melihat dan membantu boosting dengan cara *likes*, *reshare*, *save*, dan *repost to story*. Postingan konten pada akun social media Terran dilakukan sebanyak 2 kali seminggu secara konsisten agar algoritma dan engagement Terran terjaga dan terus berkembang di waktu kedepannya. Membuat masing-masing postingan, penulis bekerja sama dengan anggota kelompok Terran untuk membantu dalam desain dan grafis yang dibutuhkan untuk diunggah.



Gambar 3.2.3 Instagram Terran. Sumber: Terran (2025).

Penulis juga mencari dan mengambil inspirasi tren dan konten yang viral untuk dijadikan konten yang dapat diunggah pada sosial media Terran. Karena algoritma dan trend konten viral di dunia *online* saat ini adalah konten berdurasi pendek di dalam platform seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Youtube*, dan banyak lainnya. Tren yang dapat menunjukkan khas kepribadian dari varian parfum Terran dapat menjadi tipe konten yang menyampaikan bahwa produk Terran memiliki *target audience* untuk siapapun dari kalangan remaja hingga dewasa, dan juga orang-orang yang tertarik kepada produk kecantikan seperti parfum, dan juga hal-hal yang feminim tetapi masih dapat dipakai oleh semua orang. Tidak hanya itu, konten Terran juga menunjukkan latar belakang dan juga cerita dari merek Terran itu sendiri mulai dari varian parfum, proses terjadinya produksi produk, konten-konten yang dapat menjalin koneksi dengan pelanggan Terran.



Gambar 3.2.4 Terran short-form content. Sumber: Terran (2025).

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam melaksanakan marketing dalam mengembangkan produk merek Terran, penulis menuliskan beberapa kendala kesulitan yang dapat ditemukan seiring berjalannya waktu dalam pemasaran dan promosi. Kendala yang ditemukan berupa:

Algoritma sosial media yang tidak menentu dan terus berubah setiap hari. Postingan konten terkadang tidak masuk dalam beranda orang lain dan berdampak pada video yang sudah diunggah tidak ditonton oleh orang. Sosial media cenderung menyaring konten yang sudah diunggah oleh kreator konten kepada penonton yang menggunakan platform sosial media tersebut seperti *Instagram* dan *TikTok*. Algoritma ini membuat video yang telah diunggah dari Terran untuk mendapatkan tontonan yang sedikit.

Kendala kedua adalah memerlukan waktu yang cukup banyak untuk melakukan perekaman konten, editing, dan posting dengan sumber daya manusia

yang terbatas. Terran merupakan kelompok bisnis startup yang beranggota 5 orang, dan masing-masing memiliki peran pekerjaan tersendiri. Untuk membuat sebuah konten, dapat memakan banyak waktu dan usaha dalam merekam konten di tempat dan latar yang sesuai dan juga melakukan editing pada video yang telah direkam dan akan diunggah dalam media sosial.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam rangka untuk mengatasi kendala yang ditemukan saat melaksanakan pemasaran dan promosi pada produk Terran, dapat diselesaikan dengan solusi:

Menyelesaikan masalah dari algoritma sosial media, Terran menjadwalkan unggah konten pada sosial media dengan konsisten sebanyak 2 kali seminggu dengan jam tertentu. Membantu mendukung postingan dengan akun personal lainnya serta mencari waktu yang tepat untuk mengunggah video di waktu orang-orang membuka sosial media. Dari riset dan secara tes langsung, orang mulai membuka sosial media pada jam 10 pagi hingga jam 1 siang setelah jam makan siang. Cenderung video yang diunggah pada waktu tersebut mendapatkan sebuah perhatian dan *engagement* yang cukup banyak.

Solusi untuk kendala kedua adalah anggota kelompok Terran saling membantu dan membagi tugas dalam membantu merancang postingan yang akan di unggah pada sosial media, desain, edit, dan posting. Karena masing-masing anggota memiliki tugasnya, merek masih dapat membantu dalam membuat konten di waktu luang mereka. Penulis merancang ide dan melakukan eksekusi pembuatan konten sesuai dengan tahapnya yang lalu di diskusikan bersama kelompok apa yang dapat dilakukan dan dibantu selanjutnya. Dengan metode ini dapat melakukan pekerjaan dengan efisien.