

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1. Jadwal dan Uraian Kegiatan Magang

Praktik Magang berlangsung selama 30 hari kerja, jadwal waktu pelaksanaan Magang pada Java Cafe adalah selama satu bulan terhitung sejak 26 Oktober 2020 s/d 27 November 2020. Adapun ketentuan hari dan jam praktik kerja dapat dilihat pada lampiran.

Java Cafe memberikan posisi dan tugas yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan yaitu manajemen *branding* dimana tugas ini menjadi bagian dari divisi *marketing communication* Java Cafe dan posisi ini berkaitan dengan proposal yang diajukan oleh peserta. Dimana peserta magang mengajukan posisi atau tugas terkait dengan kegiatan kehumasan dimana tugas tersebut fokus pada manajemen *branding*. Perusahaan sangat membutuhkan manajemen *branding* untuk menunjang pemasarannya. Peserta magang memiliki dua fokus pekerjaan yaitu melakukan *branding* melalui media sosial dan media *relations*. Media sosial yang dimaksudkan adalah *instagram* Java Cafe.

Manajemen *branding* adalah proses dimana terjadinya pengelolaan atau pengorganisasian terhadap sumber daya yang ada, dengan memberikan sebuah identitas pada suatu produk. Sehingga dengan adanya manajemen *branding* yang baik maka sangat membantu perusahaan dalam memperkenalkan produk/layanan mereka kepada publik dan dapat menarik perhatian publik terhadap produk/layanan tersebut.

Branding sendiri memiliki arti praktik pemasaran yang menciptakan nama, simbol, atau desain yang diidentifikasi sebagai milik perusahaan. *Branding* atau membangun kesadaran merek adalah kegiatan yang sangat penting, karena *branding* yang akan membedakan produk atau layanan perusahaan dengan pesaingnya. Dengan kata lain *branding* adalah hal terpenting yang harus dilakukan oleh perusahaan.

Dengan melakukan *branding* akan memberi kekuatan pada produk dan layanan, Seperti yang dikemukakan oleh Marty Neumeir *branding* adalah segala upaya atau program yang dirancang untuk meningkatkan nilai dan menghindari komoditisasi dengan membangun merek yang berbeda.

Sebelum melakukan *branding*, Peserta magang terlebih dahulu melakukan diskusi dan penyampaian konsep yang telah dirancang kepada Manajer marketing java cafe terkait dengan konsep *branding* yang akan digunakan dan dilakukan. Adapun konsep yang disampaikan terkait dengan konten yang nantinya akan di publikasi, mulai dari segi bentuk dan warna desain *background*, bahasa yang digunakan (*Caption*), *hashtag*, dll.



Gambar 2.1. Penyampaian konsep branding kepada manajer Java Cafe

Setelah melakukan diskusi terkait konsep *pembrandingan*, maka selanjutnya peserta melakukan survei melalui pembuatan *customer review* yang dimana ini juga dapat menjadi masukan untuk peningkatan kualitas cafe kedepannya.



Customer Review

Pertanyaan yang diberikan dalam rangka untuk peningkatan kualitas Java Cafe

* Wajib

Akun Instagram

Jawaban Anda

Dari mana Sobat? Minta akses pengeditan

Instagram

Gambar 2.2. Google form customer review

Setelah membuat *customer review*, Selanjutnya peserta magang membuat *barcode* untuk konsumen mengakses google form *customer review* dengan lebih cepat.



Gambar 2.3. Barcode Customer review

Selanjutnya peserta mulai mencari akun *instagram* yang bergerak di bidang food and beverage (*F&B*) yang nantinya akan dijadikan sebagai bahan refrensi untuk pembuatan konten.



Gambar 2.4. Akun *instagram* yang dijadikan refrensi

Setelah melakukan pencarian refrensi akun *instagram* yang bergerak dibidang food and beverage, Selanjutnya peserta magang mulai melakukan *pembrandingan* di media sosial *instagram* java cafe dengan memproduksi konten.

Konten yang dimaksud dalam bab ini berkaitan dengan konten foto produk, suasana cafe, fasilitas cafe, dll. Peserta magang juga membuat konten yang tidak hanya menawarkan produk cafe saja akan tetapi peserta magang juga memproduksi konten *tips* dan sekilas java untuk para *followers*, dimana konten ini berisi seputar *tips* makanan sehat dan info manfaat dari minuman, dll. Sesekali juga peserta membuat *games* di akun *instagram* Java Cafe, hal ini bertujuan untuk menjalin interaksi antara pihak java dengan *followersnya* dan sebagai sarana hiburan bagi *followers*. Penguploadan konten ini dilakukan untuk menghidupkan kembali akun *instagram* dari cafe yang kurang aktif.

Sebelum konten di publikasi peserta magang terlebih dahulu menunjukkan kepada manajer marketing, Setelah mendapatkan persetujuan barulah peserta magang mempublikasikan. Adapun konten-konten yang akan publikasi harus terlebih dahulu melalui proses *editing*, Aplikasi *editing* yang digunakan oleh peserta magang seperti VN dan Lightroom. Proses editing dilakukan untuk memperindah *visual* foto atau video yang akan dipublikasikan, Sehingga dengan *visual* yang baik diharapkan akan dapat menarik *followers* atau publik untuk berkunjung ke java cafe dan ini merupakan salah satu *branding* yang dilakukan dengan menampilkan *visual* yang bagus dan indah.

Ketika peserta magang mulai aktif dalam mengelola akun *instagram* cafe, *Instagram* dari cafe pun mengalami peningkatan *followers* dan *feed instagram* lebih terorganisir.



Gambar 2.5. Akun *instagram* cafe setelah di kelola oleh peserta magang

Peserta magang juga membuat video *company profile* untuk java cafe yang nantinya bisa dipergunakan untuk keperluan dalam memperkenalkan cafe kepada pihak yang ingin melakukan kerja sama.

Adapun peralatan magang yang digunakan untuk pekerjaan sehari-harinya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1. Peralatan yang digunakan peserta magang

| Software | |
|-------------------|---|
| Alat | Fungsi |
| Whatsapp | Sarana Komunikasi dengan atasan dan rekan kerja |
| Excel 2016 | Membuat laporan kegiatan magang, laporan evaluasi dan catatan |
| Instagram | <ol style="list-style-type: none"> 1. Branding Java Cafe 2. Membangun hubungan dengan followers Java Cafe dan Orang-orang yang ingin melakukan kerja sama dengan Java Cafe yang menghubungi pihak Java melalui DM (Direct Massage) 3. Mempublikasi konten yang telah dibuat 4. Melakukan kegiatan pemasaran dan promosi |
| Adobe Illustrator | Sebagai alat untuk desain grafis |
| VN | Editing video dan foto |
| Lightroom | Editing foto |
| Google form | Customer review sebagai proses untuk branding dan peningkatan kualitas Java Café |
| Hardware | |
| Alat | Fungsi |

| Laptop dengan spesifikasi: Core i3 3110M 2GB RAM 2.4GHz HDD 500GB | Laptop digunakan untuk pekerjaan magang sehari-hari, seperti menuliskan jadwal penguploadan konten, mencatat list konten, mencatat laporan harian kegiatan magang dan hasil evaluasi setiap harinya. |
|---|--|
| Kamera Sony a7 Mark ii Lensa Zels 55m | Kamera digunakan untuk mengambil foto dan video yang nantinya akan digunakan sebagai konten |
| Peralatan | |
| Alat | Fungsi |
| Ring Fill Light 26cm | Digunakan sebagai cahaya tambahan saat melakukan sesi foto produk |
| Tripod | Penyangga kamera |

2.2. Analisis Pelaksanaan Pekerjaan

Pada bagian ini peserta magang akan menjelaskan mengenai kondisi awal perusahaan, solusi yang diberikan oleh peserta magang, kondisi perusahaan setelah adanya peserta magang, faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi peserta magang selama mengerjakan tugas yang diberikan oleh pihak Java Cafe.

2.2.1. Kondisi Awal Perusahaan

Kondisi perusahaan sebelum adanya peserta magang sebagai berikut:

1. Belum adanya manajemen media sosial yang baik dalam mengelola media sosial Cafe.
2. Perusahaan belum maksimal dalam melakukan pembranding melalui media sosial instagram, justru media sosial instagram dari java cafe cenderung kurang aktif.
3. Masih kurangnya interaksi antara pihak perusahaan dengan konsumen, Contohnya ketika ada konsumen atau calon konsumen bertanya melalui pesan di instagram, kurang direspon oleh java cafe

2.2.2. Solusi

1. Peserta magang menyusun konsep *branding* berdasarkan jenis dari pembrandingan. Peserta magang memilih jenis *branding* yaitu *Corporate Branding*, dimana terdapat aspek *branding* dari sebuah perusahaan yang dimulai dari produk yang ditawarkan hingga kontribusi pegawai perusahaan terhadap masyarakat. Adapun aspek-aspek *Corporate Branding* antara lain: Logo, Visi perusahaan, website, kualitas, iklan, pemasaran, kredibilitas, pelayanan, dsb.
2. Sebelum melakukan *branding* peserta magang terlebih dahulu mengadakan survei melalui *customer review* dan menawarkan untuk melakukan kerja sama dengan media.
3. Peserta magang mulai merancang konsep untuk pembrandingan di media sosial instagram Java cafe berdasarkan pada pengertian branding menurut Landa (2006), yang dimana Landa mendefinisikan *Branding* bukan hanya sekedar sebuah merek atau nama dagang dari sebuah produk, jasa, atau perusahaan. Namun semua yang berkaitan dengan hal-hal yang kasa mata dari sebuah merek mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut.
4. Selanjutnya peserta magang mulai membuat langkah-langkah *branding* di media sosial, Seperti:
 - a. Menentukan warna *background* yang akan digunakan disetiap postingan instagram.
 - b. Pemilihan kata/caption yang akan digunakan ketika ingin mengupload konten di media sosial instagram.
 - c. Membuat hastag khusus untuk Java cafe, Sehingga dengan adanya hastag diharapkan lebih dapat menjangkau konsumen lebih luas, Karena fungsi dari hastag sendiri adalah untuk pengelompokan konten atau postingan di instagram. Dengan menyertakan hastag pada postingan yang ada di instagram, maka nantinya semua postingan yang telah di update akan teorganisir dengan baik. Tidak hanya itu hastag juga dapat mempermudah promosi produk dan mempermudah juga dalam hal branding.
 - d. Melakukan sesi foto produk.

- e. Melakukan interaksi dengan para konsumen maupun followers di instagram

2.2.3. Kondisi Perusahaan Setelah Ada Peserta Magang

Adapun kondisi perusahaan setelah adanya peserta magang sebagai berikut ini:

1. Peserta magang mulai melakukan branding melalui media sosial, dengan membuat visual yang menarik untuk di upload di instagram perusahaan sehingga dengan adanya visual yang baik dapat menarik perhatian publik. Sesuai dengan unsur yang terdapat dalam pembranding yaitu berkaitan dengan visual, warna, dsb.
2. Lalu juga peserta magang selalu memberikan sapaan “Sobat Java” dalam setiap konten yang diupload.
3. Instagram dari Java cafe lebih aktif serta terjalinnya interaksi yang baik antara Cafe dengan *followers* dan konsumen. Tidak hanya itu *followers* cafe juga semakin meningkat.
4. Dengan adanya customer review yang dibuat oleh peserta magang juga sangat membantu pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitasnya.

Selama melaksanakan kegiatan magang, Peserta magang menemui faktor yang mendukung kinerja selama magang dan ditemui juga faktor-faktor yang menghambat kinerja peserta. Adapun faktor pendukung dan penghambat selama berlangsungnya kegiatan magang antara lain:

2.2.4. Fator Pendukung

1. Selama melaksanakan kegiatan magang, Peserta magang cukup nyaman berada di Java Cafe, karena Java Cafe menyediakan fasilitas yang cukup memadai untuk mengerjakan tugas-tugas yang diberikan. Peserta magang diberi makan, area wifi dan disediakan ruang kerja. Untuk proses izin tidak masuk kerja, Peserta magang wajib melapor kepada manajer marcom melalui chat *whatsapp*.
2. Memiliki rekan kerja yang kooperatif.
3. Adanya kerja sama tim yang cukup baik.
4. Manajer marcom selalu mengarahkan dan membimbing peserta magang.

5. Peserta magang mendapat kepercayaan dari manajer marcom untuk mengakses akun *instagram* java cafe.
6. Perusahaan memberikan kebebasan pada peserta magang dalam mengelola konten, hanya saja ketika konten ingin di publikasi harus terlebih dahulu melapor. Selama berada di Java Cafe peserta diberikan kebebasan untuk berkarya.
7. Adanya pembagian tugas kerja yang baik.

2.2.5. Faktor Penghambat

Adapun faktor penghambat yang dihadapi oleh peserta selama berlangsungnya kegiatan magang antara lain:

1. Menjalin kerja sama dengan media, Kesulitan yang dihadapi oleh peserta magang yaitu dalam hal media *relations*. Ketika peserta magang ingin melakukan kerja sama dengan pihak media, Peserta mengalami kesulitan dikarenakan kurangnya anggaran untuk melakukan promosi dan iklan. Sehingga dalam tahap pembrandingan melalui *media relations* tidak tercapai.
2. Kesulitan kedua yang dialami oleh peserta magang adalah saat ingin melakukan sesi foto suasana cafe. Foto lebih bagus jika diambil menjelang malam hari karena menjelang malam pelanggan lebih banyak dari pada siang hari.
3. Kurangnya keahlian dalam desain grafis.
4. Wifi yang ada cukup lambat dan terkadang tidak bisa digunakan.
5. Kurangnya relasi dengan media.
6. Tidak ada anggaran khusus untuk kegiatan promosi/iklan.

2.6. Deskripsi Luaran

Adapun hasil luaran yang dicapai oleh peserta magang adalah berupa company profile. Company profile ini dapat dipergunakan oleh pihak java cafe ketika ingin memperkenalkan cafe kepada pihak-pihak yang ingin melakukan kerja sama atau bisa dipergunakan juga untuk acara-acara lainnya yang memerlukan pemutaran company profile.