

BAB II

KEGIATAN MAGANG

2.1. Jadwal dan Uraian Kegiatan Magang

Jadwal kegiatan magang berlangsung selama 1 bulan terhitung mulai 26 Oktober s/d 27 November 2020, dengan rincian jam kerja yang sudah ditentukan (presensi kehadiran dan jadwal kegiatan harian terlampir).

Terkait dengan proposal yang telah diajukan oleh peserta, bahwasannya posisi magang yang diajukan terkait dengan kegiatan kehumasan dimana hal tersebut fokus pada manajemen *branding*. Kebutuhan Java Cafe terhadap manajemen *branding* diperlukan dalam menunjang pemasarannya. Adapun fokus kegiatan magang yang dilakukan oleh peserta terhadap Java Cafe yaitu manajemen *branding* melalui media sosial dan *media relations*. Media sosial yang dimaksudkan adalah Instagram, peserta magang dipercayai oleh Java Cafe untuk memegang akun Instagram dalam melakukan *branding*. Selain itu juga terkait dengan sejarah perusahaan bahwasannya Java Cafe merupakan cafe baru, dimana hal tersebut dibutuhkannya *video company profile* mengenai Java Cafe untuk menunjang proses pemasarannya melalui media sosial Instagram.

1. Definisi Manajemen Branding

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang berarti mengelola. Manajemen berarti melakukan pengelolaan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi yang diantaranya adalah manusia, uang, metode, material, mesin, dan pemasaran yang dilakukan dengan sistematis dalam suatu proses yang terdiri dari beberapa fungsi-fungsi yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Philip Kotler menyebutkan bahwa "*brand is a name, term, sign, symbol or design or combination of them, intended to identify the goods or service of one seller or group of sellers and differentiate them from those of competitors*" (sebuah nama, istilah, tanda, simbol atau desain atau kombinasinya yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang dan jasa yang membedakan suatu produk dengan produk pesaing).

Dengan demikian, manajemen *branding* merupakan proses pengorganisasian sumber daya, dengan memberikan sebuah identitas tertentu pada suatu produk, sehingga mampu menarik perhatian dan minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

2. Uraian Kegiatan Magang

Pada tahap awal, peserta magang melakukan *meeting* dengan manajer marketing Java Cafe untuk mengkordinir kegiatan magang yang akan dilakukan. Yang kemudian peserta dengan *manager* marketing Java Cafe membuat konsep mengenai *branding* melalui media sosial instagram, membahas tentang desain, video *company profile* dan konten yang akan digunakan di Instagram.



Gambar 2.1. Meeting dengan manajer marketing Java Cafe



Gambar 2.2. Membahas konten untuk branding

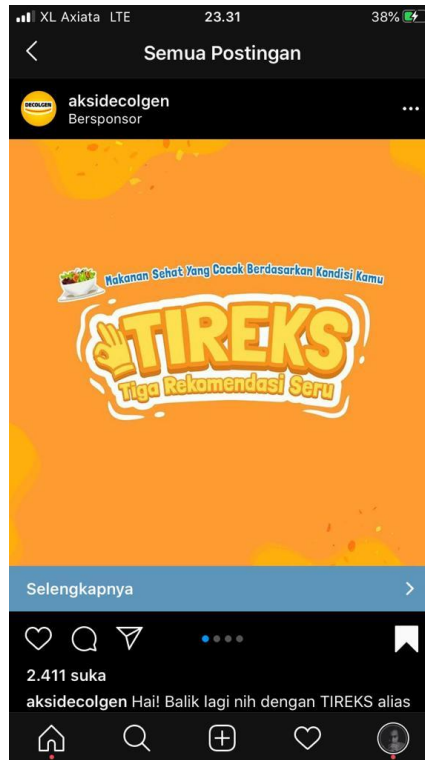
Selain itu juga, peserta menggunakan WhatsApp untuk memudahkan komunikasi dengan *manager* marketing Java Cafe dan juga membuat group WhatsApp bagi rekan kerjanya. Tidak juga menggunakan WhatsApp sebagai

sarana komunikasi, peserta juga menggunakan Google Form untuk berkomunikasi antara instansi dengan pelanggan dalam rangka peningkatan kualitas dari Java Cafe.

The image shows a mobile phone screen displaying a Google Form. At the top, the status bar shows 'XL Axiata', signal strength, Wi-Fi, time '02.19', and battery '27%'. The browser address bar shows 'docs.google.com'. The form has a header image of a cafe interior. Below the image is the title 'Customer Review' and a subtitle 'Pertanyaan yang diberikan dalam rangka untuk peningkatan kualitas Java Cafe'. A red asterisk indicates a required field. The main question is 'Akun Instagram' with a text input field containing 'Jawaban Anda'. Below the input field is a 'Minta akses pengeditan' button with a pencil icon. At the bottom, there is a notification for 'Intagram' with a speech bubble icon. The phone's navigation bar is visible at the very bottom.

Gambar 2.3. Penggunaan google form untuk customer review

Terkait dengan apa yang sudah dijelaskan diatas, Java Cafe merupakan cafe yang tergolong baru. sehingga dibutuhkannya *branding* terhadap produknya. Dengan dilakukannya manajemen *branding*. Peserta dipercayai oleh instansi untuk mengelola akun *instagram* dari Java Cafe untuk meng-*upload* konten-konten yang telah dilakukan. Terdapat beberapa konten yang dibuat yaitu konten foto dan konten non-foto atau *design*. Sebelum membuat konten diperlukannya refrensi yang dirasa sesuai dan bagus.



Gambar 2.4. Contoh akun instagarm lain sebagai referensi



Gambar 2.5. Contoh akun instagaram lain sebagai referensi

Konten foto yang dimaksudkan yaitu mengenai foto produk, foto kegiatan di Java Cafe, foto mengenai informasi, dan foto fasilitas. Sedangkan untuk konten non-foto yang dimaksudkan yaitu *design*, yang dimana tujuan dari

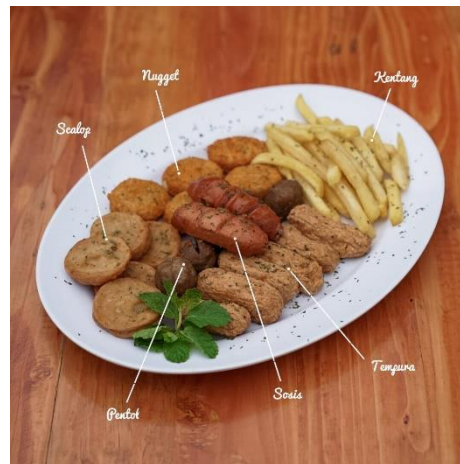
desain tersebut yaitu memberikan informasi ataupun ucapan pada hari-hari tertentu. Dalam pelaksanaan magang, peserta diawasi langsung oleh *manager* marketing Java Cafe untuk memberikan penilaian terhadap praktek kerja lapangan (lembar penilaian terlampir). Konten yang akan dipublikasikan di instagram, sebelumnya ditunjukkan kepada *manager* marketing untuk memenuhi kriteria yang diinginkan dan sesuai dengan harapan sehingga dibutuhkannya revisi bagi peserta yang kemudian melakukan izin dan persetujuan untuk memposting konten yang dibuat di *instgram*. Peserta magang juga diberi tugas untuk membuat *caption* dalam menyusun kalimat yang sesuai dengan desain maupun foto yang akan diposting di *instagram*.



Gambar 2.6. Hasil desain

Dalam konten foto, peserta melihat situasi lapangan apakah sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan sebelumnya. Selain itu, peserta juga menyarankan kepada instansi untuk dilakukan sesi pemotretan kepada karyawan saat menunggu pelanggan. Peserta juga berpartisipasi sebagai panitia nobar debat publik pilwali Surabaya 2020 sebagai tim dokumentasi. Setelah dilakukannya foto dan video dengan gambar yang sesuai konsep, tahap selanjutnya yaitu proses pengeditan. Dalam proses pengeditan peserta

menggunakan aplikasi Lightroom dan VN untuk mengolah gambar maupun video agar lebih menarik dan memiliki warna yang hidup.



Gambar2.7. Hasil dari foto produk



Gambar 2.8. Foto produk

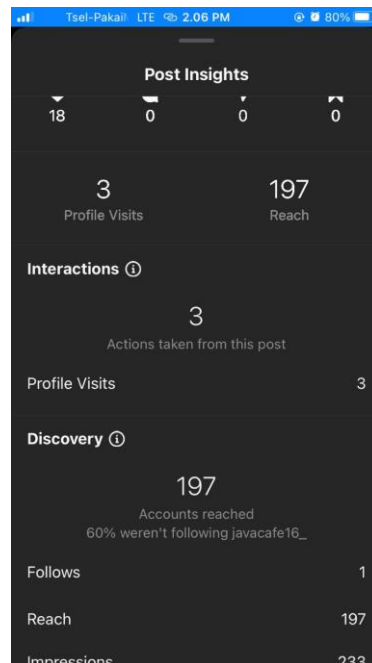


Gambar 2.9. Hasil dari sesi pemotretan

Peserta magang juga melakukan pemantauan terhadap profil dan konten *branding* di Instagram melalui fitur *insight* yang tersedia pada akun Instagram bisnis. Pemantauan ini dilakukan untuk mengetahui data perkembangan aktifitas konten *branding* dan profil pada media sosial Instagram Java Cafe, sehingga untuk kedepannya bisa menentukan konten apa yang diminati oleh *followers* Java Cafe dan waktu yang tepat untuk publikasi konten.



Gambar 2.10. Data aktifitas followers Instagram Java Cafe



Gambar 2.11. Data insight dari salah satu konten

Peralatan yang diperlukan bagi peserta magang untuk pekerjaan sehari-hari adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1. Peralatan yang digunakan

Software	
Aplikasi	Fungsi
Instagram	Publikasi konten dan <i>Branding</i>
Whatsapp	Sarana komunikasi dengan kolompok magang maupun dengan rekan kerja
Adobe Illustrator	<i>Design</i>
Adobe Photoshop	<i>Design</i>
Lightroom	Editing foto tone warna
VN	Editing video dan foto
Imaging Edge Mobile	Transfer hasil foto dari kamera Sony ke <i>Smartphone</i>
Google Form	<i>Customer review</i> untuk peningkatan kualitas Java Cafe
Hardware	
Alat	Fungsi
Laptop “HP” dengan spesifikasi: Intel Core i3-6006U 4GB RAM 64-bit Radeon Graphic	Alat utama untuk pekerjaan magang sehari-hari. Laptop pribadi, dikarenakan instansi tidak menyediakannya.
Iphone 7 128gb	Komunikasi dengan rekan kerja, dokumentasi kegiatan magang, foto dan video konten story <i>instagram</i> .
Kamera body Sony a7 Mark ii Lensa Zeiss 55mm	Foto produk dan dokumentasi sebagai konten yang akan digunakan, pengambilan video.
Peralatan	
Alat	Fungsi
Ring Fill Light 26cm	Cahaya tambahan saat foto produk ketika cahaya kurang memadai.
Stabilizer DJI Ronin SC	Menstabilkan pengambilan video
Tripod	Penyangga kamera

2.2. Analisis Pelaksanaan Magang

Pada bagian ini dijelaskan kondisi awal perusahaan, solusi, kondisi perusahaan setelah ada peserta magang, faktor pendukung dan penghambat atau tingkat kesulitan yang dihadapi peserta magang selama melaksanakan tugas yang diberikan oleh *manager* marketing Java Cafe.

Peserta cukup puas dalam melaksanakan tugas yang diberikan oleh *manager* marketing komunikasi Java Cafe. Dengan diberikannya tugas – tugas terkait dengan *branding*, peserta mendapatkan pengalaman baru sehingga dapat mengimplementasikan mata kuliah di tempat magang. Adapun manfaat yang didapat selama melaksanakan tugas yang diberikan oleh *manager* marketing komunikasi Java Cafe:

a. Implementasi Penggunaan IMC

Integrated Marketing Communication (IMC) merupakan kegiatan atau suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pemantauan terhadap pesan yang disampaikan kepada konsumen yang dimana menciptakan hubungan dengan konsumen. Sehingga dalam menajalankan tugas yang diberikan, peserta melakukan *branding* dengan mengimplementasikan mata kuliah IMC di tempat magang. Untuk melakukan *branding* melalui media sosial Instagram peserta melakukan perencanaan dengan berbagi ide dan mencari referensi mengenai konten yang dapat mempersuasi pelanggan, yang kemudian melaksanakan konten yang sudah terencana dan sesuai dengan yang ditentukan, pada tahap terakhir yaitu pemantauan terhadap konten yang sudah dilaksanakan apakah pesan yang disampaikan melalui sebuah konten sudah tersampaikan atau belum. Terkait dengan hal tersebut, peserta magang sangat beruntung bisa mengimplementasikan mata kuliah IMC di Java Cafe.

b. Disiplin dan Tanggung Jawab Dalam Menjalankan Tugas

Sebagai mahasiswa dituntut untuk disiplin dan bertanggung jawab, hal ini bisa dibuktikan dengan mengerjakan dan mengumpulkan tugas tepat pada waktunya. Peserta magang sebelum menjalankan tugasnya diberi arahan oleh *manager* marketing Java Cafe agar tugas yang dikerjakan bisa tepat pada waktu yang ditentukan dan sesuai dengan harapan.

2.2.1. Kondisi Awal Perusahaan

Sebelum adanya peserta magang, Java Cafe belum melakukan kegiatan branding pada media sosial maupun *media relations*, selain itu juga belum terdapat sistem manajemen yang baik dalam mengelola instagram. Dalam pembuatan konten pada instagram, Java Cafe meng-*upload* feed tanpa dilakukannya *branding*. Sehingga tidak terdapat daya tarik di akun instagram Java Cafe. Java Cafe juga kurang berinteraksi antara instansi dengan konsumen, baik melalui media sosial maupun penjualan secara langsung. Dan juga belum terjadinya kerja sama dengan media.

2.2.2. Solusi Yang Diberikan

Terkait dengan posisi peserta magang, terdapat solusi yang diberikan antara lain:

- a. Melakukan *branding*, peserta magang memilih jenis *branding Corporate Branding*, dimana terdapat aspek branding dari sebuah perusahaan yang dimulai dari produk yang ditawarkan hingga kontribusi pegawai terhadap konsumen.
- b. Dilakukannya survei melalui *customer review* yang telah dibuat oleh peserta magang dan menawarkan untuk kerja sama dengan media.
- c. Merancang konsep *branding* melalui media sosial Instagram Java Cafe dengan menentukan warna background yang akan digunakan disetiap postingan instagram, pemilihan kata / *caption* yang akan digunakan ketika *upload* konten di media, membuat tagar / *hashtag* khusus untuk Java Cafe disetiap konten yang akan di *upload*, melakukan sesi foto produk, melakukan interaksi dengan konsumen, dan pembuatan video *company profile*.

2.2.3. Kondisi Perusahaan Setelah Ada Peserta Magang

Adapun kondisi perusahaan setelah adanya peserta magang sebagai berikut:

- a. Peserta magang mulai melakukan *branding* melalui media sosial dengan membuat konten visual yang menarik untuk *upload* di

instagram Java Cafe sehingga dengan adanya visual yang baik dapat menarik perhatian publik.

- b. Instagram Java Cafe lebih aktif serta terjadinya interaksi yang baik antara Java Cafe dengan *followers*. Selain itu juga *followers* Java Cafe semakin meningkat.
- c. Dengan adanya *customer review* yang dibuat oleh peserta magang juga bermanfaat bagi pihak instansi dalam meningkatkan kualitasnya. Sehingga mengetahui keinginan dari konsumen.

2.2.4. Faktor Pendukung

Peserta magang cukup nyaman dan puas melaksanakan magang di Java Cafe, karena karyawan yang ramah serta mudah bergaul dengan orang baru dan juga instansi menyediakan fasilitas-fasilitas yang memadai. Peserta magang diberi tempat meja pribadi untuk kerja dan bebas memesan minuman apa saja.



Gambar 2.12. Meja kerja peserta magang

Selain itu juga peserta magang diikutsertakan dalam kegiatan-kegiatan lain seperti acara Nobar Debat Pilwali Surabaya 2020. Dalam acara ini, peserta magang diberi tanggung jawab sebagai tim dokumentasi yang dimana acara tersebut dilaksanakan selama 3 sesi. Di kegiatan ini peserta magang banyak bertemu dengan orang baru yang merupakan orang partai yang menjadi panitia acara Nobar Debat Pilwali Surabaya 2020 sehingga bisa menjalin relasi dengan orang – orang tersebut.



Gambar 2.13. Foto setelah acara Nobar Debat Pilwali Surabaya 2020

2.2.5. Faktor Penghambat atau Tingkat Kesulitan

Terkait dengan faktor penghambat atau tingkat kesulitan, terdapat beberapa faktor penghambat dan kesulitan yang dihadapi oleh peserta magang:

- a. Jaringan internet wifi sangat lemah jadi menghambat kinerja peserta dalam mencari referensi-referensi untuk membuat konten. Serta menghambat proses desain yang membutuhkan pendownloadan komponen-komponen gambar yang diperlukan.
- b. Kerja sama dengan pihak eksternal (Media cetak) untuk dilaksanakannya branding pada *media relations* tidak terlaksana. Hal ini terjadi karena terdapat kendala internal dari pihak Java Cafe nya terkait pemberian informasi seputar topik yang akan diangkat menjadi sebuah rubrik serta tidak terdapat anggaran biaya untuk kegiatan ini. Hal tersebut merupakan kesulitan yang dihadapi oleh peserta magang.
- c. Waktu pelaksanaan sesi foto produk untuk mengisi konten instagram yang pada awalnya berada di pertengahan (minggu ke-2) jadwal peserta magang, tetapi pada minggu tersebut banyak *tenant* yang tidak buka. Hal tersebut karena kurangnya disiplin dari Java Cafe terhadap pemberlakuan jam operasional para *tenant* kuliner, sehingga waktu sesi foto produk yang ditentukan tidak sesuai dengan yang ditargetkan oleh peserta magang.
- d. Pengambilan konten foto dan pengambilan video lebih bagus saat ramai pelanggan tetapi selama kegiatan magang pelanggan tidak

terlalu banyak. Hal ini bisa disebabkan karena sekarang merupakan era pandemi yang dimana masyarakat takut untuk keluar rumah dan memasuki musim hujan sehingga lebih memilih untuk pesan melalui Grabfood maupun Gofood. Java Cafe juga merupakan cafe baru sehingga masih terdapat masyarakat yang belum mengetahuinya. Para *tenant* juga masih malu-malu dan terkadang tidak mau untuk difoto saat sedang menyediakan makanan dan minuman.

2.2.6. Deskripsi Luaran

Adapun luaran yang dihasilkan oleh peserta magang antara lain:

a. Foto Produk, Foto Konten dan Karya Design

Foto produk, foto konten dan karya design ini merupakan proses dari *branding* melalui media sosial Instagram. Sekarang ini merupakan era 4.0 yang dimana merupakan era modern, semua kegiatan bisa dilakukan melalui elektronik. Banyak pelaku usaha berlomba – lomba untuk memasarkan produk/jasanya melalui media sosial terutama Instagram. Dimana dalam hal ini peserta merencanakan terkait dengan konten yang dibuat agar feed Instagram Java Cafe lebih rapih, menarik, dan berwarna. Sehingga feed Instagram yang rapih, menarik, dan berwarna akan membuat konsumen ingin mengunjungi Java Cafe. (hasil foto dan karya design terlampir)

b. Video Company Profile

Video *company profile* ini digunakan untuk memperkenalkan institusi usahanya kepada publik maupun pelaku usaha lain sehingga bisa dapat dijadikan sebagai referensi. Dalam pembuatan video *company profile* peserta berdiskusi dengan *manager* marketing Java Cafe, yang dimana terkait dengan videonya tidak harus formal dan menggunakan konsep modern berupa *cinematic video*.

https://drive.google.com/drive/folders/114pw1GMwfKrmHMLyrm40dX_7hgEsomy?usp=sharing

c. Customer Review

Customer review merupakan program yang diajukan oleh peserta kepada Java Cafe. *Customer review* adalah platform yang dibuat

melalui Google Form mengenai masukan dan keluhan para pelanggan sehingga hal ini dapat membantu meningkatkan kualitas Java Cafe untuk kedepannya. Selain itu juga peserta menggunakan barcode untuk mempermudah proses pengisian data *customer review*.



Gambar 2.14. Barcode customer review