

**LAPORAN MAGANG PADA MANAJEMEN PEMASARAN
KERJA PT MERAKIT KARYA TERBAIK**

RINGKASAN MAGANG

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen**



**Disusun oleh:
Ardiyanto Putra Ardani
NIM: 2119 30700**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2023**

TUGAS AKHIR

LAPORAN MAGANG

PADA MANAJEMEN PEMASARAN KERJA PT MERAKIT KARYA TERBAIK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ARDIYANTO PUTRA ARDANI

Nomor Induk Mahasiswa: 211930700

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 13 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S. M.)

Susunan Tim Penguji:



Pembimbing

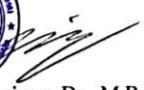
Olivia Barcelona Nasution, S.E., M.Sc.

Penguji

Conny Tjandra Rahardja, Dra., M.M.

Yogyakarta, 13 Januari 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penulis melaksanakan kegiatan magang di salah satu perusahaan yang bergerak di industri musik yaitu Merakit. Perusahaan berlokasi di JL. Raya Hj Amir Machmud PGRI No. 188A Cimahi, Kelurahan Karang mekar, Kecamatan Cimahi Tengah. Pelaksanaan magang dilaksanakan pada tanggal 12 September 2022 sampai 12 Desember 2022. Dalam melaksanakan kegiatan magang, penulis ditempatkan di divisi media sosial. Selama pelaksanaan magang, penulis diawasi oleh Bapak Fajar Faturahaman yang menjabat sebagai *social media specialist*. Penulis ditempatkan dalam tim yang bertanggung jawab atas proses pemasaran salah satu artis dari Merakit yaitu Yura Yunita. Aktivitas yang dilakukan penulis selama kegiatan magang antara lain adalah pengenalan artis, pengenalan platform media sosial dan platform musik digital, analisa pasar, segmentasi, perencanaan konten media sosial, analisis campaign rilisan Yura Yunita, dan penulis juga ikut di beberapa konser yang mengundang Yura Yunita. Penulis mendapat banyak sekali pengalaman, ilmu serta wawasan dan juga relasi baru selama kegiatan magang berlangsung. Hal ini tentunya dapat menjadi bekal bagi penulis dalam menempuh karir di dunia kerja.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

The author carried out an internship activity at a company operating in the music industry, namely Merakit. The company is located at JL. Raya Hj Amir Machmud PGRI No. 188A Cimahi, Kelurahan Karang mekar, Kecamatan Cimahi Tengah. The internship was carried out from September 12th, 2022 to December 12th, 2022. In carrying out the internship, the author was placed in the social media division. During the internship, the author was supervised by Mr. Fajar Faturahaman, who holds the position of social media specialist. The author was placed in a team responsible for the marketing process of one of Merakit's artists, namely Yura Yunita. The activities carried out by the author during the internship include introduction to the artist, introduction to social media and digital music platforms, market analysis, segmentation, planning of social media content, analysis of Yura Yunita's release campaign, and the author also participated in several concerts that invited Yura Yunita. The author gained a lot of experience, knowledge and insights, as well as new relationships during the internship. This will certainly be a valuable asset for the author in pursuing a career in the working world.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang

Manusia diciptakan sebagai makhluk sosial yang berarti tidak bisa hidup tanpa berinteraksi atau bersosial dengan sesama manusia. Manusia bersosial dengan cara melakukan komunikasi dengan sesama manusia lain. Komunikasi membuktikan manusia sebagai makhluk yang tidak bisa hidup tanpa orang lain (Sari & Basit, 2018). Komunikasi terbagi dalam 2 jenis yaitu komunikasi secara langsung dan tidak langsung (Sulaeman, 2010). Komunikasi langsung merupakan komunikasi yang dilakukan dengan saling bertatap muka sedangkan komunikasi secara tidak langsung dilakukan dengan menggunakan perantara media (Widiantari & Herdiyanto, 2013)

Terdapat berbagai macam media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi mulai dari buku, koran, majalah dan juga media digital seperti internet, email, dan lain sebagainya yang menggunakan teknologi digital. Teknologi digital saat ini merupakan salah satu media untuk berkomunikasi. Kemajuan teknologi komunikasi dapat membantu manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu (Widiantari & Herdiyanto, 2013). Perkembangan teknologi digital saat ini berkembang sangat pesat terbukti dengan munculnya berbagai aplikasi untuk bersosial secara digital atau biasa disebut dengan media sosial. Media sosial merupakan teknologi berbasis internet yang memfasilitasi percakapan (Tjiptono, 2016). Perbedaan media sosial dengan web tradisional adalah pada platform berupa *content creation*, *content upload*, *networking*, *conversing*, *media sharing* dan *bookmarking* (Hariyanti & Wirapraja, 2018) Selain digunakan untuk media berkomunikasi, media sosial juga bisa dijadikan media untuk melakukan kegiatan pemasaran. Melalui media sosial para

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam (Puntoadi, 2011: 21)

Industri musik merupakan salah satu bidang industri yang memanfaatkan adanya media sosial. Selain digunakan sebagai media untuk menyebarkan karya musik atau video klip, media sosial juga dipergunakan di industri musik sebagai media pemasaran atau promosi. Pemasaran digital sebagai konsep yang harus diperhatikan para pelaku industri musik saat ini memegang peranan sangat penting untuk mengenalkan karya yang mereka ciptakan untuk diperkenalkan kepada publik (Dewatara & Agustin, 2019) Peran media sosial terhadap industri musik sangatlah besar baik untuk mengunggah rilisan musik dan aktivasi lagu serta aktivasi musisi. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri musik yang memanfaatkan media sosial dengan baik adalah Merakit. Merakit adalah perusahaan label musik yang menaungi beberapa musisi salah satunya adalah Yura Yunita. Yura Yunita adalah penyanyi Indonesia terbaik versi AMI award yang tidak berhenti produktif menciptakan berbagai macam lagu hits. Tidak hanya sebagai penyanyi solo, Yura Yunita juga sempat berkolaborasi dengan berbagai musisi seperti Glenn Fredly, Erwin Gutawa serta sempat menjadi pengisi soundtrack lagu untuk film *Mulan* sebagai perwakilan dari Indonesia sehingga membuktikan bahwa Yura Yunita tidak hanya eksis sebagai musisi lokal tetapi juga internasional. Kesuksesan Yura Yunita tidak lepas dari aktivitas di media sosialnya yang rutin tetapi tidak membosankan sehingga menarik orang untuk mengikuti terus kegiatan Yura Yunita baik aktivitas sehari-harinya maupun lagu atau album yang sedang dirilis

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan kegiatan magang di Merakit dengan alasan perkembangan media sosial saat ini dan posisi Merakit sebagai salah satu label musik yang menaungi artis besar seperti Yura Yunita. Penulis juga memiliki latar belakang di bidang pemasaran sesuai dengan posisi yang ditawarkan oleh perusahaan yaitu sebagai *social media analyst*. Selain itu penulis juga memiliki ketertarikan yang sangat besar tentang bagaimana kegiatan pemasaran di media sosial untuk artis dan penyanyi besar seperti Yura Yunita.

Tujuan Penulisan

Kegiatan magang ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mempraktikkan ilmu yang sudah didapat penulis dalam bidang pemasaran
2. Untuk menambah wawasan dan relasi yang akan menjadi bekal di dunia kerja
3. Untuk melatih kesiapan mental penulis dalam menghadapi dunia kerja.

Manfaat Magang

Manfaat dari kegiatan magang ini adalah

1. Bagi penulis

Kegiatan magang ini diharapkan bisa menambah wawasan di bidang pemasaran khususnya bagi industri musik

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Bagi perusahaan

Temuan dalam kegiatan magang ini diharapkan mampu memberikan masukan kepada perusahaan sebagai bahan penilaian, dan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan magang ini mulai dilaksanakan pada hari Senin, 12 September 2022 sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh perusahaan. Waktu dan tempat pelaksanaan sebagai berikut:

Perusahaan : PT. Merakit Karya Terbaik

Alamat : Jl. Raya Hj Amir Machmud PGRI No. 188A Cimahi. Kelurahan Karang Mekar, Kecamatan Cimahi Tengah, RT 006 RW 003. Kode Pos 40523

Periode : 12 September 2022 – 12 Desember 2022

Posisi : *Social Media Analyst*

Latar Belakang Perusahaan

Merakit adalah perusahaan musik, media dan hiburan yang didirikan pada tahun 2020 dengan lini bisnis mulai dari *Record Label, Composing, Artist Management, Distribution*, serta *Creative Development* untuk Musisi, *Brand* dan Korporasi. Pendiri merakit adalah Yura Yunita yang merupakan penyanyi dan penulis lagu yang sudah menjalani karirnya di industri musik sejak 2013 dan sudah melahirkan 3 album serta lagu-lagu hit dengan banyak penghargaan. Saat ini beliau menjabat sebagai *Founder* dan CEO dari perusahaan ini.

Merakit diambil dari nama album yang mendapat penghargaan sebagai album terbaik di Indonesia dengan spirit menciptakan karya terbaik dari hari,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bernyawa, kolaboratif dan menciptakan ekosistem musik yang sehat di Indonesia. Dengan semangat untuk menaungi musisi yang saling mendukung satu sama lain, Merakit juga menjadi rumah bagi para seniman, musisi, dan pekerja kreatif.

Merakit menjadi penyedia solusi terkemuka untuk Musisi, *Brand*, dan Korporasi dalam mencapai tujuan bisnis serta pemasaran, melalui pengembangan solusi kreatif dan inovatif dalam industri yang terus berkembang. Merakit adalah perusahaan musik dibawah naungan PT. Merakit Karya Terbaik. Berbasis di Bandung dan Jakarta, Merakit terus memproduksi musik, menyediakan manajemen artis dan media hiburan.

Saat ini merakit sudah mendampingi Yura Yunita, Daramaula, dan Misellia. Bersama-sama terus memproduksi komposisi original sesuai dengan jati diri masing-masing musisi.

Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai salah satu perusahaan di bidang industri musik, Merakit memiliki visi dan misi yaitu:

1. Visi Perusahaan

Merakit memiliki visi untuk menjadi rumah bagi artis lokal serta menciptakan ekosistem kreatif yang adil dan saling berkolaborasi dengan artis.

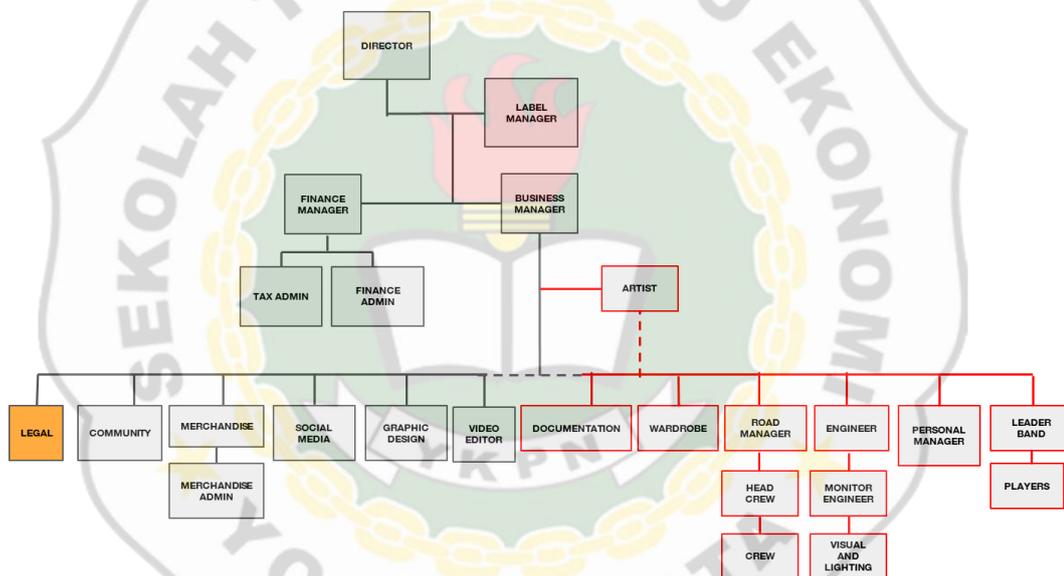
2. Misi Perusahaan

Merakit memiliki misi untuk terus dengan pergerakan musisi *support* musisi, terbuka, dan terus memberikan dampak baik di ekosistem musik Indonesia.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Struktur Organisasi

Dalam menjalankan kegiatan perusahaan, Merakit Karya Terbaik memiliki struktur organisasi seperti ditunjukkan pada gambar 2.1. Struktur organisasi Merakit merupakan tipe struktur organisasi fungsional. Struktur fungsional adalah pemecahan aktivitas-aktivitas organisasi ke dalam fungsi-fungsi yang terpisah (Farid dkk., 2015). Karyawan dikelompokkan berdasarkan spesialisasi masing-masing sehingga dapat memberikan kinerja terbaik sesuai dengan keahliannya.



Gambar 1 Struktur Organisasi Keseluruhan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Lingkup Unit Kerja

Dalam melaksanakan kegiatan magang di Merakit, penulis ditempatkan dalam divisi *social media*. Selama pelaksanaan magang, penulis diawasi oleh Bapak Fajar Faturahman yang menjabat sebagai *Social Media Specialist* di Merakit Karya Terbaik

Aktivitas Magang

Dalam kegiatan magang ini, penulis memiliki posisi *sebagai social media specialist*. Penulis ditempatkan dalam bagian tim yang bertanggung jawab atas proses pemasaran dan perencanaan media sosial salah satu artis di label merakit yaitu Yura Yunita. Penulis banyak memanfaatkan dan menerapkan teori Manajemen Pemasaran selama kegiatan magang berlangsung. Selama proses kegiatan magang berlangsung penulis menuliskan kegiatan yang dilakukan pada PT Merakit Karya Terbaik sebagai berikut:

No.	Hari	Tanggal	Kegiatan
Bulan : September			
Minggu ke-1			
1	Senin	9/12/2022	Mempelajari ekosistem media sosial di industri musik
2	Selasa	9/13/2022	Mempelajari media sosial yang digunakan oleh Yura Yunita
3	Rabu	9/14/2022	Perencanaan <i>gimmick</i> untuk positioning Yura sebagai seseorang yang menyukai olahraga tennis
4	Kamis	9/15/2022	(KEGIATAN LAPANGAN) Collabonation Tour Semarang
5	Jumat	9/16/2022	Produksi konten dan perencanaan konten media sosial berdendang bergoyang
6	Sabtu	9/17/2022	Tidak ada Kegiatan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

7	Minggu	9/18/2022	Tidak ada Kegiatan
Minggu ke-2			
8	Senin	9/19/2022	(KEGIATAN LAPANGAN) Mataram Fair Lombok
9	Selasa	9/20/2022	(KEGIATAN LAPANGAN) Mataram Fair Lombok Meeting dan Perencanaan Konten Media Sosial
10	Rabu	9/21/2022	(KEGIATAN LAPANGAN) Mataram Fair Lombok
11	Kamis	9/22/2022	Perencanaan dan produksi konten untuk hari bahasa isyarat sedunia
12	Jumat	9/23/2022	Perencanaan dan produksi konten untuk hari ulang tahun Bandung
13	Sabtu	9/24/2022	Tidak ada Kegiatan
14	Minggu	9/25/2022	Tidak ada Kegiatan
Minggu ke-3			
15	Senin	9/26/2022	Menganalisis konten media sosial Yura Yunita
16	Selasa	9/27/2022	Belajar mengenai industri musik dan Ami Award
17	Rabu	9/28/2022	Voting Ami Award
18	Kamis	9/29/2022	<i>Weekly Meeting</i> membahas konten Bulan Depan
19	Jumat	9/30/2022	Mempelajari tentang platform musik digital atau DSP (<i>Digital Streaming Platform</i>)
Bulan : Oktober			
Minggu ke-1			
20	Sabtu	10/1/2022	Belajar cara mengupload konten di setiap media sosial yang digunakan oleh Yura Yunita
21	Minggu	10/2/2022	Perencanaan dan produksi konten untuk hari batik
22	Senin	10/3/2022	Uploading Konten dan produksi konten media sosial

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

23	Selasa	10/4/2022	Belajar membaca <i>insight</i> media sosial
24	Rabu	10/5/2022	Perencanaan konten penonton konser Yura Yunita
25	Kamis	10/6/2022	Produksi Konten dan <i>Brainstorming gimmick</i> Synchronize
26	Jumat	10/7/2022	Uploading Konten dan belajar menggunakan Adobe Illustrator
27	Sabtu	10/8/2022	(KEGIATAN LAPANGAN) Avorestation Yogyakarta
28	Minggu	10/9/2022	Produksi Konten Synchronize
Minggu ke-2			
29	Senin	10/10/2022	<i>Uploading</i> konten synchronize dan <i>meeting</i> konten
30	Selasa	10/11/2022	Voting Ami Award Part 2 dan belajar mengenai industri musik di Indonesia
31	Rabu	10/12/2022	Produksi konten <i>Prestige 40 under 40</i>
32	Kamis	10/13/2022	Tidak ada Kegiatan
33	Jumat	10/14/2022	Produksi konten Penonton Yura Yunita dan <i>meeting</i> konten Ami Award
34	Sabtu	10/15/2022	Uploading konten dan Produksi Konten Ami Award
35	Minggu	10/16/2022	(KEGIATAN LAPANGAN) Live Project Semarang
Minggu ke-3			
36	Senin	10/17/2022	Uploading konten Ami Awards dan Produksi Konten Ami Award Part 2
37	Selasa	10/18/2022	Perencanaan gimmick 1 Tahun Album Tuter Batin
38	Rabu	10/19/2022	Belajar mengenai <i>metadata</i>
39	Kamis	10/20/2022	Produksi Konten media sosial dan Meeting Konten Media Sosial Selanjutnya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

40	Jumat	10/21/2022	Perencanaan gimmick 1 Tahun Album Tuter Batin
41	Sabtu	10/22/2022	(KEGIATAN LAPANGAN) Womens Day Out Jogja
42	Minggu	10/23/2022	Produksi Konten 1 Tahun Album Tuter Batin
Minggu ke-4			
43	Senin	10/24/2022	Uploading Konten 1 Tahun Album Tuter Batin
44	Selasa	10/25/2022	Tidak ada Kegiatan
45	Rabu	10/26/2022	<i>Editing</i> Konten Ami Award
46	Kamis	10/27/2022	Uploading konten ami awards dan meeting konten media sosial selanjutnya
47	Jumat	10/28/2022	<i>Brainstorming</i> konten Halloween Yura Yunani
48	Sabtu	10/29/2022	Uploading Teaser Konten Yura Yunani dan Produksi Konten Yura Yunani
49	Minggu	10/30/2022	Uploading Konten Yura Yunani dan brainstorming konten Bulan depan
Minggu ke-5			
50	Senin	10/31/2022	Produksi Konten YT Shorts Bulan November
Bulan : November			
Minggu ke-1			
51	Selasa	11/1/2022	Produksi Konten YT Shorts Bulan November
52	Rabu	11/2/2022	Produksi Konten YT Shorts Bulan November
53	Kamis	11/3/2022	Tidak ada Kegiatan
54	Jumat	11/4/2022	Perencanaan Gimmick musictherapy bandung
55	Sabtu	11/5/2022	Tidak ada Kegiatan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

56	Minggu	11/6/2022	(KEGIATAN LAPANGAN) Joyland Jakarta
Minggu ke-2			
57	Senin	11/7/2022	Meeting bersama brand dan perencanaan konten
58	Selasa	11/8/2022	Perencanaan Konten Women Fest
59	Rabu	11/9/2022	Tidak ada Kegiatan
60	Kamis	11/10/2022	Tidak ada Kegiatan
61	Jumat	11/11/2022	(KEGIATAN LAPANGAN) Lazada Women Fest Jakarta
62	Sabtu	11/12/2022	Produksi Konten media sosial dan meeting konten selama di Tanah Suci
63	Minggu	11/13/2022	<i>Editing</i> Konten
Minggu ke-3			
64	Senin	11/14/2022	<i>Editing</i> Konten
65	Selasa	11/15/2022	Mencari Referensi konten bulan depan
66	Rabu	11/16/2022	Mencari Referensi konten bulan depan
67	Kamis	11/17/2022	Perencanaan Konten Visual Panggung
68	Jumat	11/18/2022	Perencanaan Konten Visual Panggung
69	Sabtu	11/19/2022	Tidak ada Kegiatan
70	Minggu	11/20/2022	Tidak ada Kegiatan
Minggu ke-4			
71	Senin	11/21/2022	Perencanaan gimmick untuk MSKLG
72	Selasa	11/22/2022	Perencanaan Konten panggung bulan november

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

73	Rabu	11/23/2022	Tidak ada Kegiatan
74	Kamis	11/24/2022	Tidak ada Kegiatan
75	Jumat	11/25/2022	Produksi Konten MSKLG dan perencanaan konten bulan depan
76	Sabtu	11/26/2022	Tidak ada Kegiatan
77	Minggu	11/27/2022	Tidak ada Kegiatan
Minggu ke-5			
78	Senin	11/28/2022	Perencanaan gimmick konten anniv telkom Bandung
79	Selasa	11/29/2022	Produksi konten panggung dan media sosial
80	Rabu	11/30/2022	Belajar mengenai KPI dan KOL
Bulan : Desember			
Minggu ke-1			
81	Kamis	12/1/2022	Weekly meeting membahas konten media sosial
82	Jumat	12/2/2022	Tidak ada Kegiatan
83	Sabtu	12/3/2022	Tidak ada Kegiatan
84	Minggu	12/4/2022	Tidak ada Kegiatan
Minggu ke-2			
85	Senin	12/5/2022	Belajar menyusun <i>deck</i> presentasi
86	Selasa	12/6/2022	Belajar menyusun <i>deck</i> presentasi
87	Rabu	12/7/2022	perencanaan konten akhir tahun
88	Kamis	12/8/2022	Perencanaan konten akhir tahun

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

89	Jumat	12/9/2022	Tidak ada Kegiatan
90	Sabtu	12/10/2022	(KEGIATAN LAPANGAN) Artikulasi BTN
91	Minggu	12/11/2022	Perencanaan konten akhir tahun
Minggu ke-3			
92	Senin	12/12/2022	Perpisahan selesai magang

Dari tabel kegiatan aktivitas magang tersebut, penulis mendapatkan beberapa pengalaman pada PT Merakit Karya Terbaik yaitu sebagai berikut:

Pengenalan Artis

Pada awal kegiatan magang, penulis diberikan informasi tentang salah satu artis dari Merakit yaitu Yura Yunita. Pengenalan artis ini langsung didampingi oleh *Business Manager* Merakit yaitu Bapak Donne Maula.

Pengenalan Platform Media Sosial dan Musik Digital

Yura Yunita menggunakan beberapa media sosial yang sesuai dengan karakteristik dan personanya. Oleh karena itu Yura Yunita tidak menggunakan semua media sosial melainkan hanya beberapa saja. Dengan data yang ditemukan bahwa pengguna media sosial yang menyukai Yura Yunita merupakan para pecinta musik, maka media media sosial yang digunakan Yura Yunita adalah seperti Instagram, Youtube, Twitter, dan Tik Tok.

Selain media sosial, Yura Yunita juga memanfaatkan platform musik digital untuk memasarkan konten yang berhubungan dengan campaign rilisan musik. Platform musik digital merupakan inti dari kegiatan di industri musik karena

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

platform tersebut dipergunakan untuk mengunggah lagu ciptaan para musisi sehingga bisa didengarkan oleh penggemar dan semua orang, selain untuk mengunggah lagu, sekarang platform musik digital juga telah berkembang jauh, platform musik digital saat ini tidak hanya sebatas untuk mendengarkan lagu saja, tetapi kita juga bisa mengkustomisasi *playlist* lagu sesuai dengan artis yang ingin kita dengar.

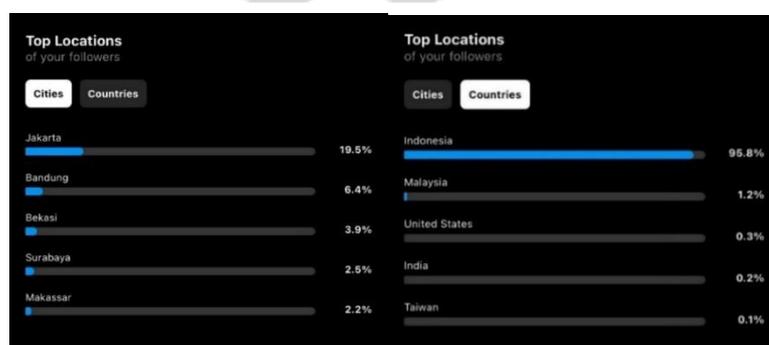
Analisa Pasar

Analisa ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kondisi di pasar serta membantu perusahaan menentukan pasar sasaran. Proses analisa pasar ini dilakukan menggunakan metode STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dengan menganalisis faktor *segmenting, targeting, dan positioning* pada Yura Yunita.

Segmenting

Proses segmentasi pasar dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu segmentasi berdasarkan geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Berikut merupakan segmentasi dari audiens Yura Yunita:

a. Segmentasi Geografis

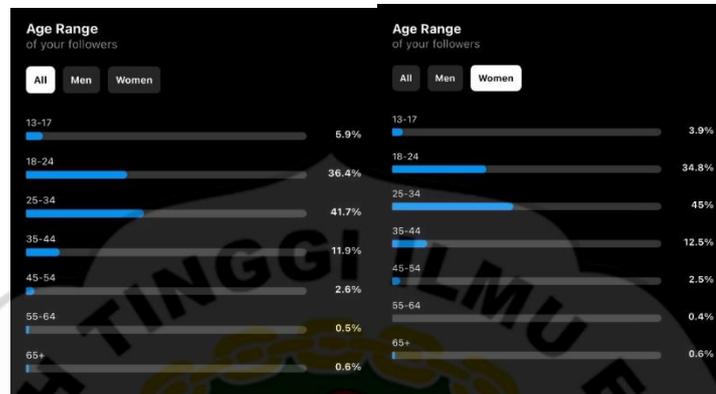


Gambar 2 Segmentasi Geografis

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

b. Segmentasi Demografis

- Umur dan Jenis Kelamin:



Gambar 3 Audiens berdasarkan umur

- Pekerjaan: *College Students, First Time Jobbers, Middle Class Employee, Aspiring Middle Class*

c. Segmentasi Psikografis

- Audiens yang berekspresi serta berinteraksi melalui platform media sosial
- Audiens yang aktif di media sosial tertentu tetapi jarang melakukan interaksi

d. Segmentasi Perilaku

- Audiens yang mengekspresikan dirinya apa adanya
- Audiens yang menerapkan keseimbangan kehidupan kerja
- Audiens yang sudah memiliki tanggungan dalam hidupnya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Targeting

Target audiens Yura Yunita dibagi menjadi dua kategori. Audiens pertama adalah audiens dengan rentang umur 18-25 tahun yang menjadi audiens utama untuk mendapatkan lebih banyak penggemar bagi Yura Yunita, alasan dipilihnya audiens dengan umur 18-25 sebagai audiens utama karena mereka memberikan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi di media sosial dibandingkan generasi di atasnya, generasi ini cenderung aktif dan tidak canggung mengunggah postingan di media sosial dan cenderung aktif dalam bermedia sosial, generasi ini juga gemar mengekspresikan apa yang dia rasakan via media sosial untuk bisa mendapatkan respon atau komentar dari orang lain di media sosial. Audiens kedua berada di rentang umur 25-34 yang disebut sebagai audiens sekunder, alasan mereka dijadikan target audiens sekunder karena mereka terdiri dari penggemar yang sudah ada sejak awal karir Yura Yunita sehingga konten promosi lanjutan cocok untuk mereka yang sudah familiar dengan Yura Yunita sebagai musisi.

Positioning

Untuk menyelaraskan intensi Yura Yunita sebagai penyanyi wanita dengan lagu lagu populer, dia harus membangun *personal branding* yang konsisten, selalu menginspirasi dan memotivasi audiensnya untuk menjadi lebih baik dan selalu berbuat baik. Yura Yunita memosisikan dirinya dengan gaya komunikasi yang kasual, rileks, dan bersahabat terutama dalam menyampaikan pesan terkait dengan campaign di media sosial.

Analisis Campaign Rilis Yura Yunita

Analisis *campaign* yang dilakukan Yura Yunita pada rilisan Dunia Tipu-Tipu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. *Awareness*

Pada tahap ini Yura Yunita membuat konten dengan tema *love language*. untuk memunculkan awareness mengenai tema lagu Dunia Tipu-Tipu yang membahas ungkapan rasa sayang terhadap orang-orang terdekat. Tahap awareness ini dimulai pada tanggal 23 Juli – 26 Juli sebelum video musik dunia tipu tipu dirilis.

2. *Consideration*

Pada tahap ini Yura Yunita memberitahu audiens tentang informasi mengenai rilisan video musik Dunia Tipu-Tipu mulai dari tanggal hingga platform apa saja yang nantinya akan digunakan untuk rilisan. Informasi tersebut diunggah di semua media sosial baik Twitter, Instagram, Facebook, dll.

3. *Conversion*

Pada tahap ini Yura Yunita menyuarakan kepada audiens untuk mendengarkan rilisan video musik Dunia Tipu-Tipu. Konten yang diupload memuat informasi mengenai potongan foto atau video yang menarik di dalam konten video musik Dunia Tipu-Tipu yang nantinya bisa menjadi magnet untuk audiens melihat video musik Dunia Tipu-Tipu

4. *Post Conversion*

Pada tahap ini Yura Yunita mengajak audiens untuk terlibat di dalam *campaign* ini dengan

4.1 *Reaction Music Video*

Yura Yunita mengajak audiens untuk menonton video musik Dunia tipu-Tipu sembari merekam reaksi audiens tersebut saat menonton dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mempostingnya di media sosial. Sebagai contoh, Yura Yunita membuat konten video *reaction* dari teman teman musisi.

4.2 Recreate Music Video

Yura Yunita bekerja sama dengan *agency* KOL untuk mengajak beberapa *influencer recreate music* video dunia tipu tipu, nantinya hasil *recreate* para *influencer* akan dijadikan contoh untuk audiens Yura Yunita ikut membuat *recreate Music* video Dunia Tipu Tipu

Perencanaan konten media sosial

Perencanaan merupakan tahapan yang sangat penting dilakukan dalam produksi suatu konten di media sosial. Perencanaan yang matang akan berdampak baik pada *timeline* pengerjaan konten serta hasil yang didapatkan atas konten yang diproduksi.

Mencari referensi untuk konten

Mencari referensi untuk pembuatan konten merupakan salah satu tahapan penting dalam memproduksi dan menjalankan konten atau *campaign* di media sosial. Referensi membantu penulis untuk dapat membuat konten dengan lebih efektif dan efisien karena bisa menjadi panduan dan batasan dalam memproduksi suatu konten.

Produksi konten media sosial

Produksi konten merupakan salah satu tahapan dalam membuat konten media sosial karena kegiatan ini merupakan proses dimana bahan mentah atau *gimmick* yang sudah terlaksana diolah untuk menjadi satu *output* yang baik dan sesuai dengan perencanaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uploading Konten

Uploading atau mengunggah konten merupakan kegiatan akhir dari rangkaian membuat konten, *uploading* konten bukan hanya sebatas *posting* video atau foto yang sudah diedit akan tetapi juga memikirkan platform dimana video tersebut akan diunggah dan merangkai kata-kata untuk *caption* video yang akan diunggah.

Rapat Mingguan

Rapat Mingguan dilakukan untuk *brainstorming* ide baru yang muncul yang digunakan sebagai bahan konten, serta melihat kembali kejadian yang sedang viral yang terjadi di media sosial. Rapat mingguan juga dilakukan untuk *review* bagaimana dampak dan hasil konten yang sudah terunggah di media sosial Yura Yunita.

Kegiatan Lapangan

Selain melakukan analisa *campaign* sebelumnya, penulis juga turut serta menyiapkan *campaign* untuk *event* besar di awal tahun, untuk itu penulis diberikan akomodasi untuk ikut Yura Yunita di beberapa panggung Penulis biasanya bertugas dalam pengambilan video dari depan panggung atau biasanya dari FOH untuk kebutuhan konten panggung di media sosial, pentingnya dokumentasi tersebut bisa digunakan untuk menunjukkan antusiasme penonton saat Yura Yunita tampil

Permasalahan

Permasalahan yang didapat penulis selama melakukan kegiatan magang di Merakit Karya Terbaik sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Perusahaan yang memiliki 3 artis di perusahaannya kesulitan ketika akan berfokus mengurus media sosial pribadi Yura Yunita karena media sosial yang dikelola bukan merupakan media sosial milik kantor atau lembaga melainkan media sosial milik Yura Yunita pribadi
2. Banyaknya generasi millennial yang ada dalam tim Yura Yunita cukup menjadi hambatan perusahaan karena *primary target audience* perusahaan merupakan generasi z.
3. Perusahaan mengalami kesulitan untuk berkoordinasi membuat perencanaan *campaign* media sosial dikarenakan jadwal manggung Yura Yunita yang padat setelah pandemi selesai.

Pembahasan

Pembahasan terkait permasalahan yang didapat penulis selama kegiatan magang adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang memiliki 3 artis di dalamnya mengalami kesulitan saat akan berfokus mengurus media sosial pribadi Yura Yunita dikarenakan media sosial yang dikelola merupakan milik pribadi Yura Yunita sehingga harus memperhatikan personal branding dari seorang Yura Yunita. *Personal branding* merupakan aspek yang sangat penting ketika kita mengelola media sosial pribadi milik seseorang.
2. Banyaknya generasi millennial yang ada di Tim Yura Yunita menyebabkan kesenjangan generasi antar perusahaan dan target pasar utama Yura Yunita sehingga konten yang dihasilkan berbeda dengan konsumsi konten harian target pasar utama. Perbedaan gaya hidup dan sudut pandang menyebabkan seringnya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

terjadi perbedaan pendapat tentang perencanaan konten media sosial maupun mengenai tren saat ini yang sedang terjadi di generasi z yang merupakan target audiens utama dari Yura Yunita. Hal ini tentunya menjadi pertanyaan bagi perusahaan tentang audiens yang menjadi target dari perusahaan. *Targeting* merupakan proses yang dilalui perusahaan dengan mengevaluasi segmen pasar dan menentukan segmen mana yang menjadi target utama perusahaan dalam memasarkan produknya (Mujahidin & Khoirianingrum, 2019)

3. Perusahaan mengalami kesulitan untuk berkoordinasi untuk membuat perencanaan konten media sosial dikarenakan padatnya jadwal panggung Yura Yunita setelah selesai pandemi, Hal ini menyebabkan harus menunggu waktu senggang dari divisi media sosial dan Yura Yunita untuk berkoordinasi yang mana waktu tersebut sangat sedikit bahkan tidak ada saat tour karena mobilitasnya sangat cepat. Banyaknya konten yang harus diunggah juga mengharuskan penulis untuk bekerja cepat demi tercapainya target.

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan magang yang telah dilalukan penulis di Merakit Karya Terbaik yaitu:

1. Selama kegiatan magang, penulis bisa dengan baik menerapkan ilmu yang sudah didapat dalam bidang pemasaran.
2. Selama kegiatan magang, penulis mendapat wawasan terkait posisi yang didapat oleh penulis yaitu marketing and business analyst.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Selama kegiatan magang, penulis terus berkonsultasi dengan mentor untuk untuk menyelesaikan kendala yang dialami selama kegiatan magang. Hal ini melatih mental penulis dalam menghadapi kendala dalam dunia kerja..

Rekomendasi

Rekomendasi untuk PT Merakit Karya Terbaik

1. Menjalin hubungan kerja sama yang baik bersama STIE YKPN Yogyakarta serta menyiapkan persediaan mahasiswa atau mahasiswi untuk melakukan aktivitas magang
2. Mampu menempatkan mahasiswa magang yang sesuai pada jurusan atau konsentrasi yang di tempuh mahasiswa masing-masing, agar mahasiswa tidak kesulitan dalam melaksanakan aktivitas magang

Rekomendasi untuk STIE YKPN

1. Menjalin hubungan yang baik bersama PT Merakit Karya Terbaik, agar mahasiswa STIE YKPN Yogyakarta yang selanjutnya dapat melaksanakan magang di PT Merakit Karya Terbaik
2. Menjalankan dan melaksanakan kerja sama yang erat dan baik bersama perusahaan serta instansi lainnya, supaya tercipta suatu peluang untuk melaksanakan aktivitas magang bagi mahasiswa. Hal ini bertujuan agar mahasiswa dapat mengamalkan pelajaran yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan dengan baik dan bisa memperdalam *soft skill* yang dimiliki mahasiswa serta mendapatkan pengalaman kerja secara langsung.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Refleksi Diri

Pada pelaksanaan aktivitas magang yang telah berjalan selama tiga bulan di PT Merakit Karya Terbaik Penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman dan pengetahuan baru. Pada saat melakukan kegiatan magang, penulis menerapkan banyak sekali ilmu pada mata kuliah yang pernah ditempuh oleh penulis seperti manajemen pemasaran, pemasaran jasa, dan mata kuliah lainnya. Pada saat masa perkuliahan, penulis banyak sekali mempelajari teori sedangkan kurang mendapatkan pemahaman bagaimana mempraktikanya di dunia kerja secara langsung sehingga penulis menjadi kurang percaya diri ketika diperintahkan untuk melaksanakan tugas yang telah diberikan oleh pembimbing pada saat melaksanakan aktivitas magang di PT Merakit Karya Terbaik.

Kegiatan magang ini juga bermanfaat mengasah *soft skill* yang dimiliki oleh penulis seperti mengoperasikan *hardware* dan *software* komputer secara baik, dapat mengoperasikan Microsoft Office, dapat mengoperasikan berbagai aplikasi desain dan editing seperti Adobe Premiere, Illustrator dan Photoshop serta mengasah kemampuan bekerja dalam tim, mengasah kemampuan berpikir kritis, manajemen waktu, dan bagaimana cara berkomunikasi di dunia kerja. Selain itu penulis juga mendapatkan pengalaman bertemu dengan orang-orang baru dan menambah relasi bagi penulis. Budaya dan lingkungan yang terdapat di PT Merakit Karya Terbaik memiliki rasa solidaritas yang baik serta kekeluargaan yang erat sehingga penulis merasakan kenyamanan dan kesenangan dapat melakukan dan melaksanakan pekerjaan magang di PT Merakit Karya Terbaik.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang dimiliki oleh penulis, akan tetapi penulis juga mendapat banyak sekali kritik dan saran yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

membuat penulis semakin berkembang menjadi lebih baik. Hal ini bisa dilihat dari kedisiplinan, etos kerja, manajemen waktu, dan tanggung jawab akan pekerjaan yang semakin membaik. Semoga Pengetahuan, pengalaman, dan relasi yang didapat selama kegiatan magang ini bisa menjadi bekal bagi penulis untuk menempuh karir di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, S., & Nurfebriaraning, S. (2020). Personal Branding Reza Darmawangsa Melalui Youtube Sebagai Penyanyi Cover Korea Pop. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 7525–7536.
- Astina, S., Sunarti, & Kholid Mawardi, M. (2016). Analisis Segmentation, Targeting, dan Positioning Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Pemasaran di Toko Pia Cap mangkok Cabang Semeru. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 39(2), 57–66.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=-1yGDwAAQBAJ>
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *JISIP*, 7(2), 77–83.
- Dewatara, G., & Agustin, S. (2019). Pemasaran Musik Pada Era Digital Digitalisasi Industri Musik Dalam Industri 4.0 Di Indonesia. *WACANA*, 18(1), 1–10.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259–272.
- Farid, F., Musadieq, M., & Ruhana, I. (2015). Gambaran Restrukturisasi Organisasi (Studi pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Malang tentang Bentuk, Jenis, Faktor Pendorong, Faktor Penghambat Restrukturisasi dan Desain Struktur Organisasi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/*, 1, 1–11.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR)*. 15(1).
- Kingsnorth, S. (2022). *The Digital Marketing Handbook: Deliver Powerful Digital Campaigns*. Kogan Page. <https://books.google.co.id/books?id=wNtxzgEACAAJ>
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14 ed.). Prentice Hall Pearson.
- Levens, M. (2010). *Marketing: Defined, Explained, Applied*. Pearson.
- Mahendra, D. (2014). *Media Jejaring Sosial Dalam Dimensi Self Disclosure*. 13.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Mohammed, R., Fisher, R. J., Jaworski, B. J., & Paddison, G. (2003). *Internet Marketing: Building Advantage in the Networked Economy*. McGraw-Hill/Irwin marketplaceU.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Universitas Muhammadiyah Semarang Seminar Nasional Publikasi Hasil-Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro The Analysis of Segmentation, Targeting, Positioning (STP) on Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2, 284–294.
- Pramudita, G., & Nurfebriaraning, S. (2017). Analisis Sikap pengguna Spotify Pada Iklan Spotify Premium Berdasarkan model Hierarchy Of Effect Spotify User Attitude Towards Spotify premium Analysis Based on Hierarchy of Effects Model. *E-Proceeding of Management* :, 4(3), 3232–3238.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Rampersad, H. (2008). *Sukses membangun authentic personal branding* (Lina Susanti Wijaya, Ed.). PPM.
- Sari, P., & Basit, L. (2018). Komunikasi Organisasi Kepala Desa Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Desa Terhadap Pembangunan Desa. *Jurnal Interaksi*, 2, 47–60.
- Sembodo, J., Budi Setiawan, E., & Abdurahman Baizal, Z. (2016). Data Crawling Otomatis pada Twitter. *Ind.Symposiumon Computing*, 11–16.
- Sulaeman, B. (2010). *Perbedaan Intensitas Komunikasi Melalui Blackberry Messenger Berdasarkan Tipe Kepribadian Ekstrover dan Introvert pada Mahasiswa Universitas Bina Nusantara*.
- Widiantari, K., & Herdiyanto, Y. (2013). Perbedaan Intensitas Komunikasi Melalui Jejaring Sosial antara Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert pada Remaja. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(1), 106–115.