

BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis kurang waktu tiga bulan lebih di PT. Kreasi Nusa Youniversal. Tempat magang penulis dilaksanakan secara WFH (*work from house*) dan WFO (*work from office*). Posisi penulis di tempat magang berada di bidang *social media specialist*. Bidang tersebut, penulis diberikan kepercayaan untuk bertanggung jawab untuk mengelola Instagram KUYOU.ID dan ForYoo. Seluruh pengerjaan tugas magang penulis dibimbing oleh Feby Lentina selaku *head social media* dan Laraswati sebagai *social media operation*.

Bentuk koordinasi yang dilakukan oleh pembimbing lapangan yaitu membantu dan mengarahkan tugas-tugas anak media sosial yang disampaikan melalui media *whatsapp*. Hal itu jika penulis sedang melakukan pekerjaan secara *online*. Sebagai anak *social media specialist* juga ikut bekerja sama dengan tim *graphic designer* dalam menyempurnakan konten yang akan di unggah ke akun media sosial KUYOU.ID dan ForYoo.

3.2 Tugas yang dilakukan dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Pekerjaan utama yang dilakukan oleh penulis sebagai *social media specialist* selama praktik kerja magang yaitu mengelolah konten media sosial KUYOU.ID dan ForYoo dengan menyajikan informasi digital mengenai para konten kreator terkini, terbaru, dan *update*. Selain itu, penulis juga menjadi *content creator* yang menjadi bagian dari *social media specialist*. Sebagai *content creator*, penulis diwajibkan untuk menampilkan diri di dalam video pada saat menyampaikan informasi atau berita tersebut. Beberapa pekerjaan lain penulis lakukan yaitu membuat desain yang *simple* sesuai *template* yang sudah disediakan oleh *team social media* melalui *canva*. Setiap konten yang telah jadi akan di *upload* lewat akun Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook dari KUYOU.ID dan ForYoo.

Selain itu, penulis ikut membantu melancarkan *event mini* atau kegiatan lainnya dengan cara ikut mempromosikannya melalui akun media sosial KUYOU.ID dan ForYoo. Event tersebut berupa *giveaway* dan live instagram bareng dengan *content creator*. Setelah itu, penulis membuat laporan hasil konten ke atasan sebagai pertimbangan dari kualitas kinerja diri. Berikut table uraian kerja penulis selama magang di PT. Kreasi Nusa Youniversal:

Tabel 3. 1 Tabel Mingguan Kerja Magang

No	Jenis Pekerjaan	Media Sosial	Agustus					September					Oktober					November				
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Social Media Management	Instagram KUYOU ID																				
		Facebook KUYOU ID																				
		Twitter KUYOU ID																				
		TiKTok KUYOU ID																				
		Instagram ForYoo																				
		Facebook ForrYoo																				
		Twitter ForYoo																				
		TikTok ForYoo																				
2.	Laoran Hasil KPI	KUYOU ID dan ForYoo																				
3.	Promosi Acara dan Give Away	KUYOU ID dan ForYoo																				

(Sumber: Olahan Penulis, 2021)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

A. Social Media Management

Dalam menyajikan sebuah *entertainment news* perlu melakukan beberapa tahapan untuk menghasilkan *engagement* konten yang tinggi pada media sosial. Tahapan aktivitas melakukan *social media management* adalah riset dan pembuatan konten, pembuatan caption, dan mengunggah konten ke akun media sosial. Berikut

penjelasan tahapan pembuatan konten hingga membuat laporan yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang di PT. Kreasi Nusa Youniversal.

A.1 Riset dan Pembuatan Konten Media Sosial

Penggunaan media sosial untuk kegiatan pemasaran tentunya diperlukan orang yang memiliki kemampuan untuk menguasai media sosial supaya dapat optimal. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan seorang *social media specialist* yang mampu mengelola akun media sosialnya dan melakukan kegiatan pemasarannya dengan baik. Beberapa tugas penulis dalam mengelola media sosial KUYOU.ID dan ForYoo. Salah satu tanggung jawab penulis selama bekerja magang sebagai *social media specialist* adalah membuat konten yang bersifat informatif dan menghibur untuk para *followers dan calon followers*. Menurut Looy (2016, p. 7), media sosial menjadi media tercepat dalam bereaksi dan berbagi konten dibandingkan media tradisional. Maka, perusahaan dalam menyebarkan konten mengenai produk atau layanannya akan lebih mudah cepat sampai ke target audiens.

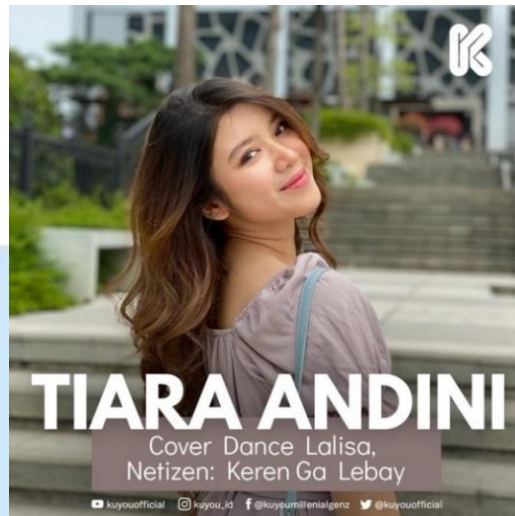
Media sosial KUYOU.ID dan ForYoo tersebut, penulis ditugaskan untuk menyajikan konten yang berisi tentang hal-hal di dunia *entertainment news* dan *Infotainment*, khususnya mengangkat berita atau informasi yang membahas para *conten creator*. Media sosial yang digunakan adalah Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok. Konten yang dibuat untuk instagram, facebook, dan twitter tetap sama, namu hanya beda pengemasan *caption*-nya. Lalu, konten yang dibuat di TikTok berbeda dengan konten media sosial lainnya.

Konten utama yang penulis buat untuk dipublikasikan yaitu *entertainment news* dan *infotainment*. Namun, beberapa kali penulis ikut turut mengangkat *breaking news* yang menjadi *trending* nomor 1 di Indonesia. Hal itu dilakukan agar media *online* PT. Kreasi Nusa Youniversal tidak ketinggalan informasi yang menjadi perbincangan hangat masyarakat Indonesia. Selain itu, penulis juga beberapa kali ikut mempromosikan acara *mini* yang bekerja sama dengan pihak lain, contohnya mempromosikan acara *Live IG* bareng MatchKerja, dan

Mochammad Bayu Angga, Tiktokers dan beberapa konten *giveaway* dengan tujuan meningkatkan loyalitas *followers* dan *engagement* konten pada media sosial.

Langkah pertama yang penulis lakukan adalah penulis diwajibkan riset informasi sebelum menyajikan konten di media sosial. Pada media sosial KUYOU.ID sendiri, penulis ditugaskan untuk mencari informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan konten kreator melalui beranda TikTok, Instagram, Twitter, Facebook, dan Website KUYOU.ID. Biasanya penulis mencari informasi di media sosial TikTok yang berhasil masuk ke halaman *for your page* (FYP). Konten FYP merupakan konten yang berhasil ditonton dan dikomen oleh banyak pengguna TikTok. Sama halnya dengan Instagram, penulis mencari informasi melalui fitur *explore* yang biasanya berisi berbagai jenis postingan viral dan memudahkan orang untuk melihatnya. Selanjutnya, hasil riset tersebut dijadikan sebuah konten informatif atau menghibur yang akan di publikasikan melalui media sosial. Konten disajikan bisa berbentuk gambar atau video dengan dikemas semenarik mungkin.

Namun, penulis juga diwajibkan untuk menentukan bentuk konten seperti apa yang akan dipublikasikan terlebih dahulu. Pada media sosial KUYOU.ID dan ForYoo membedakan dua jenis konten yaitu konten kreatif dan *request design*. Konten kreatif adalah konten yang dibuat oleh penulis tanpa bantuan oleh team desain, sedangkan konten *request design* adalah penggunaan *template official* KUYOU.ID dan ForYoo untuk sebuah konten. Pembuatan konten kreatif menggunakan *design canva*. Setelah itu, penulis melaporkan ke pembimbing lapangan terkait konten tersebut. Jika tidak mendapatkan *accept*, penulis diwajibkan mencari informasi lain yang kemungkinan bisa lebih menarik perhatian target pembaca. Jika mendapatkan *accept*, penulis mengirimkan konten tersebut beserta judul grafis dan gambar yang diperlukan ke *team graphic designer*.



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)

Gambar 3. 1 Hasil Produksi Konten Utama KUYOU.ID



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)

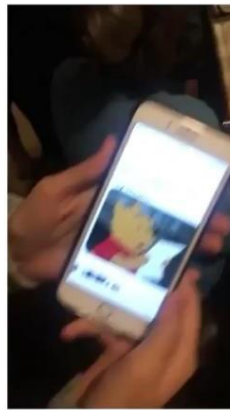
Gambar 3. 2 Hasil Produksi Konten Utama KUYOU.ID (2)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)
Gambar 3. 3 Hasil Produksi Konten Kreatif pada Media Sosial KUYOU.ID

Salah Satu Kebiasaan Nyokap



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)
Gambar 3. 4 Hasil Produksi Konten Repost Tiktok pada Media Sosial KUYOU.ID



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)
Gambar 3. 5 Hasil Produksi Konten Give Away pada Media Sosial KUYOU.ID



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)

Gambar 3. 6 Hasil Produksi Konten Live IG pada Media Sosial KUYOU.ID

Berdasarkan gambar di atas, penulis berhasil meningkatkan *engagement news* yang tinggi di media sosial KUYOU.ID melalui konten utama. Konten yang membahas Tiara Andini telah menghasilkan 805 *likes*, *impressions* 10,957 ribu dan 9,257 *account reach*. Hal tersebut dikarenakan sosok Tiara Andini memiliki banyak penggemar karena kesuksesannya sebagai seorang penyanyi juara 2 Indonesia Idol sekaligus sebagai *content creator*. Selain itu, penulis memaparkan hasil konten kreatif, *quotes*, promosi *give away*, dan acara *Live IG* yang akan dipublikasikan di media sosial KUYOU.ID.

Cara kerja dalam mengelola media sosial ForYoo tetap sama seperti KUYOU.D. Namun, letak perbedaan konten KUYOU.ID dan ForYoo adalah penyajian konten dalam bentuk infografis. Infografis mencakup presentasi *visual* yang dapat menjelaskan rangkaian cerita atau proses dari serangkaian data dengan menggunakan berbagai elemen seperti gambar, ilustrasi, tipografi, peta, dan visualisasi (Dur, 2014). Tampilan infografis mampu menarik perhatian dan menyederhanakan informasi yang bersifat kompleks menjadi lebih mudah untuk dipahami (Arigia, Damayanti, & Sani, 2017). Infografis juga bisa direpresentasi melalui video. Hal ini dinamakan video infografis.

Maka, ForYoo menyajikan konten infografi secara gambar dan video sedangkan KUYOU.ID hanya berupa video grafis. Selain itu, konten ForYoo tidak

hanya menyajikan informasi tentang konten kreator melainkan informasi tentang *lifestyle*, *zodiac*, *K-update*, dan beberapa tips atau rekomendasi.



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)
Gambar 3. 7 Hasil Produksi Konten Infografis Kategori Infotainment



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)
Gambar 3. 8 Hasil Produksi Konten Non Infotainment/Entertainment News pada Media Sosial KUYOU.ID



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)

Gambar 3. 9 Hasil Produksi Konten Quotes pada Media Sosial ForYoo



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)

Gambar 3. 10 Hasil Produksi Konten Repost TikTok pada Media Sosial ForYoo



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)

Gambar 3. 11 Hasil Produksi Konten Kreatif pada Media Sosial ForYoo

Berdasarkan gambar diatas, pencapaian *engagement news* dan *audiens* penulis membuat konten infografis dalam kategori *infotainment* tersebut berhasil mendapatkan 752 *like* dengan *impression* dan *account reach* sebesar 109,618. Jumlah tersebut adalah pencapaian *engagement* tertinggi yang penulis dapatkan untuk media sosial ForYoo. Lalu, penulis memaparkan hasil konten infografis yang tidak membahas selebriti atau konten kreator, salah satu contohnya yaitu informasi *zodiac*. Selain itu, penulis memaparkan hasil konten yang tidak termasuk infografis seperti konten kreatif, *quotes*, dan *repost* konten Tiktok untuk dipublikasikan di media sosial ForYoo. Penyajian konten di media sosial Tik Tok berbeda dengan media sosial lainnya. Beberapa kali bertugas layaknya sebagai *content creator* untuk media sosial Tik Tok KUYOU.ID dan ForYoo.



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)

Gambar 3. 12 Hasil Produksi Konten Tik Tok KUYOU.ID

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)
Gambar 3. 13 Hasil Produksi Konten TikTok ForYoo

Berdasarkan gambar di atas, pencapaian *engagement news* dan *audiens* pada konten TikTok KUYOU.ID yang penulis buat adalah menyampaikan informasi mengenai masalah karir seorang youtuber Indonesia, Gritte Agatha yang terkenal akan podcastnya. Konten Tiktok tersebut berhasil mendapatkan 43,6 ribu *likes*, *comment* 611, 1,7 juta penonton, *reached audience* sebesar >1,2 juta. Tak hanya itu, pencapaian penulis di konten Tiktok ForYoo berhasil mendapatkan 123 *like*, 14,9 ribu *views*, dan 14, 300 *reached audience*. Pada umumnya, konten TikTok berbasis video singkat yang bisa dinikmati oleh pengguna TikTok. Dengan hal ini, penulis dalam menyajikan informasi seputar para *content creator* dengan melakukan rekaman video singkat. Penulis merekam video berdurasi sekitar 15 – 60 detik. Penulis berusaha membuat video TikTok semenarik dan sekreatif mungkin. Hal ini dikarenakan konten TikTok dinilai menarik berdasarkan kekreatifan dari *content creator* tersebut.

Berdasarkan hasil *engagement* konten news yang cukup tinggi, penulis juga menganalisis hasil *traffic* beritanya yang didapatkan selama bekerja magang. Hasil *traffic* berita merupakan hal yang sangat penting untuk mengetahui perkembangan bisnis perusahaan. Tingginya *traffic* yang didapatkan, maka perkembangan bisnis perusahaan tersebut lancar dan menjadi lebih baik.

	Jejaring Sosial	Akuisisi			Perilaku		
		Pengguna	Pengguna Baru	Sesi	Rasio Pantulan	Halaman/Sesi	Durasi Sesi Rata2
		22.188 % Total: 2,19% (1.014.585)	10.858 % Total: 1,26% (860.349)	23.896 % Total: 1,55% (1.537.268)	44,35% Rta. untuk Tampilan: 54,22% (16,20%)	1,71 Rta. untuk Tampilan: 1,59 (7,15%)	00:00:18 Rta. untuk Tampilan: 00:00:20 (9,87%)
<input type="checkbox"/>	1. Twitter	21.132 (94,75%)	10.272 (94,60%)	22.669 (94,87%)	44,43%	1,69	00:00:18
<input type="checkbox"/>	2. Instagram	609 (2,73%)	315 (2,90%)	638 (2,67%)	38,40%	2,31	00:00:32
<input type="checkbox"/>	3. Facebook	349 (1,56%)	177 (1,63%)	356 (1,49%)	49,72%	1,58	00:00:05
<input type="checkbox"/>	4. YouTube	161 (0,72%)	70 (0,64%)	178 (0,74%)	44,94%	1,83	00:00:23
<input type="checkbox"/>	5. Quora	30 (0,13%)	13 (0,12%)	33 (0,14%)	45,45%	1,58	00:01:57
<input type="checkbox"/>	6. TikTok	6 (0,03%)	5 (0,05%)	6 (0,03%)	16,67%	4,17	00:00:51
<input type="checkbox"/>	7. LinkedIn	4 (0,02%)	2 (0,02%)	4 (0,02%)	25,00%	2,50	00:00:09
<input type="checkbox"/>	8. Pinterest	4 (0,02%)	1 (0,01%)	4 (0,02%)	75,00%	1,25	00:00:00
<input type="checkbox"/>	9. Blogger	3 (0,01%)	1 (0,01%)	4 (0,02%)	75,00%	1,25	00:00:01
<input type="checkbox"/>	10. Instagram Stories	3 (0,01%)	2 (0,02%)	3 (0,01%)	33,33%	1,67	00:00:00
	Default Channel Grouping	Akuisisi			Perilaku		
		Pengguna	Pengguna Baru	Sesi	Rasio Pantulan	Halaman/Sesi	Durasi Sesi Rata2
		1.014.585 % Total: 100,00% (1.014.585)	860.464 % Total: 100,01% (860.349)	1.537.268 % Total: 100,00% (1.537.268)	54,22% Rta. untuk Tampilan: 54,22% (0,00%)	1,59 Rta. untuk Tampilan: 1,59 (0,00%)	00:00:20 Rta. untuk Tampilan: 00:00:20 (0,00%)
<input type="checkbox"/>	1. Organic Search	885.739 (62,86%)	374.445 (43,52%)	1.005.946 (65,44%)	37,93%	1,80	00:00:27
<input type="checkbox"/>	2. Direct	488.613 (34,68%)	467.884 (54,38%)	493.620 (32,11%)	88,55%	1,15	00:00:06
<input type="checkbox"/>	3. Social	22.188 (1,57%)	10.858 (1,26%)	23.896 (1,55%)	44,35%	1,71	00:00:18
<input type="checkbox"/>	4. Referral	12.203 (0,87%)	7.076 (0,82%)	13.372 (0,87%)	31,63%	1,98	00:00:39
<input type="checkbox"/>	5. (Other)	359 (0,03%)	201 (0,02%)	434 (0,03%)	8,53%	2,34	00:01:07

(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)
Gambar 3. 14 Hasil Traffic Berita dari Social Media

Berdasarkan hasil *traffic* berita pada gambar diatas, terjadi peningkatan yang signifikan pada bulan November. Traffic berita tersebut didapatkan dari *website* KUYOU.ID. Pada *default channel grouping*, media sosial menjadi peringkat ketiga sebagai kontribusi kenaikan *traffic* berita. Terdapat 10.858 ribu atau 1,26% pengguna baru media sosial yang berkunjung ke *website* KUYOU.ID. Lalu, dua media sosial yang sangat berkontribusi pada *traffic* berita adalah Twitter dan Instagram. Maka, pencapaian penulis pada *engagement news* di media sosial Instagram telah memberikan *traffic* berita yang cukup baik.

A.2 Pembuatan Caption

Setiap konten yang dibuat untuk media sosial tidak lepas dari penentuan *caption* yang mudah menarik perhatian pembaca. Semakin isi *caption* mudah dimengerti dan menarik pembaca, maka akan mempengaruhi kualitas konten yang dibuat. Namun, perlu diperhatikan juga bahwa pembuatan isi *caption* tidak

diperbolehkan mengandung SARA. *Caption* adalah ungkapan dari ingin disampaikan oleh konten tersebut. *Caption* menjadi bagian penting untuk memberikan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan melalui konten produknya. Selain itu, kata-kata dan bahasa yang dipergunakan harus mudah dimengerti dan tidak mengandung SARA. Berdasarkan pengertian di atas, media sosial KUYOU.ID dan Foryoo juga memaksimalkan *caption* dalam menyampaikan informasi. Pembuatan *caption* juga menyesuaikan isi konten yang ingin disampaikan. Artinya, *caption* untuk konten *infotainment* dan *entertainment news* harus bisa menjelaskan siapa sosok yang dimaksud dan bagaimana kejadian atau peristiwa sedang terjadi.

Penulis tak hanya fokus pada *caption* informasi tentang konten tersebut melainkan informasi umum lainnya, seperti *giveaway* dan acara *sharing session* bareng *Tiktokers*, dan sebagainya. Isi *caption* juga harus disertai *hashtag* yang sering digunakan oleh pengguna media sosial. Hal ini akan memudahkan topik konten dapat dicari sehingga secara tidak langsung memperluas jaringan *postingan* tersebut. Konten *marketing* pada *social media*, *hashtag* sangat berguna untuk mengelompokkan konten produk agar calon *costumer* dapat menemukan informasi yang disampaikan pada sebuah tulisan *caption* dengan *hashtag* tertentu. Mengklik tagar akan membuka umpan di mana khalayak dapat melihat artikel di situs khalayak dan orang-orang yang *memposting* dengan tagar yang sama (Macarthy, 2015, p. 75).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)

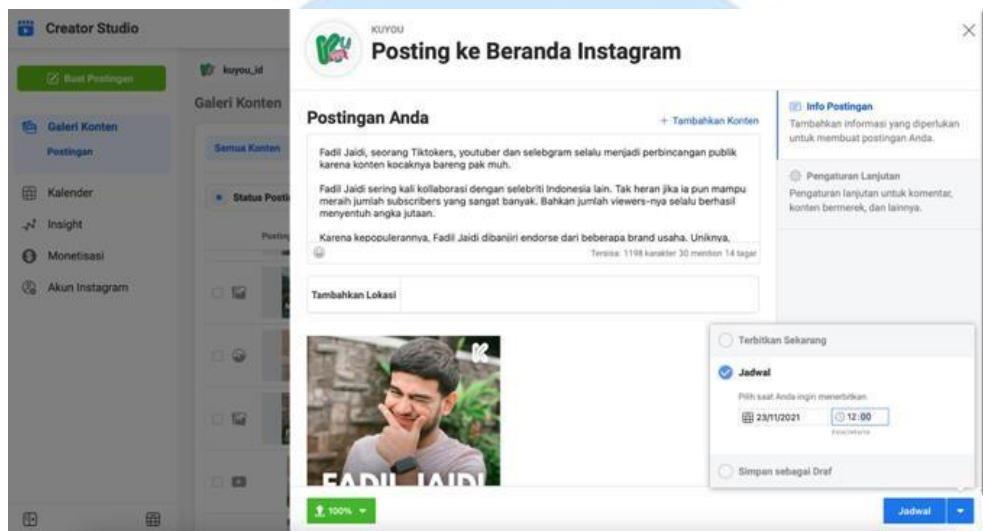
Gambar 3. 15 Hasil Caption Infotainment Pada Media Sosial KUYOU.ID

A.3 Mengunggah Konten ke Akun Media Sosial

Hasil konten beserta caption yang telah dibuat akan langsung di *posting* melalui media sosial. Fungsi media sosial salah satunya wadah yang dapat digunakan untuk mengunggah sebuah konten gambar atau video. Pada kegiatan pemasaran, media sosial menjadi media promosi untuk mengunggah konten produk atau jasanya yang telah dibuat oleh perusahaan.

Mengunggah konten di media sosial juga dapat memperluas jaringan target audiens yang kini lebih sering beraktivitas di ranah internet. Pada media sosial KUYOU.ID dan ForYoo terdapat dua cara dalam mengunggah konten yaitu secara manual dan otomatis. *Posting* secara manual artinya mengunggah konten langsung melalui akun media sosialnya di waktu yang bersamaan. Berbeda dengan konten yang di unggah secara otomatis. Ketika ingin *posting* konten secara otomatis, biasanya menggunakan *creator studio*. Namun, langkah pertama penggunaan *creator studio* adalah menghubungkan terlebih dahulu dengan media sosial instagram dengan Facebook. Setelah itu dapat mengatur waktu jadwal *postingan* secara bebas. Konten tersebut akan *terposting* dengan sendirinya sesuai jadwal yang

ditentukan. Kelebihan tersebut menjadikan penggunaan *creator studio* akan sangat lebih efektif dibandingkan dengan cara yang manual.



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)

Gambar 3. 16 Contoh Unggahan Konten Melalui Creator Studio

Selama kerja magang, penulis lebih sering menggunakan *creator studio* agar mengunggah konten di Instagram KUYOU.ID dan ForYoo lebih mudah. Beberapa langkah dalam menggunakan *content creator* yaitu langkah pertama dalam menggunakan *creator studio* adalah *log in* akun facebook KUYOU.ID dan ForYoo. Hal ini dikarenakan fitur *content studio* hanya dikhususkan untuk media sosial Facebook. Namun, *content studio* facebook dengan Instagram telah saling terhubung satu sama lain. Maka dari itu, penulis dapat menjadwalkan *posting* konten untuk akun Instagram dan sekaligus Facebook.

Langkah selanjutnya, penulis melakukan pembuatan *caption* mengenai konten *entertainment news* dan *caption* yang telah disiapkan. Setelah itu, menentukan waktu jadwal *postingan*. Kemudian, konten selanjutnya dilakukan berulang-ulang seperti cara sebelumnya. Selain hadirnya *content studio*, media TikTok juga menyediakan fitur jadwal *posting* yang serupa dengan *content studio*.

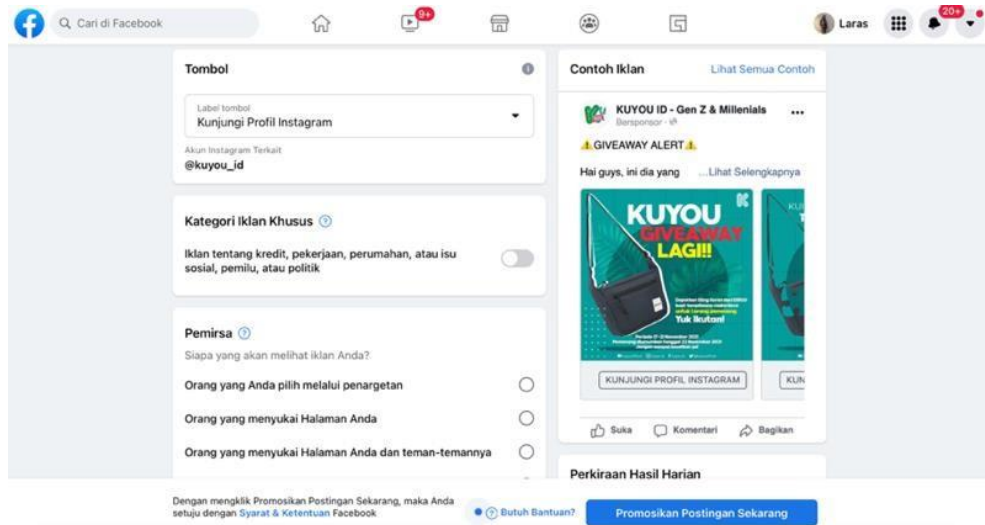
B. Strategi Promosi Konten Media Sosial

Promosi menjadi bagian penting dalam proses pemasaran produk atau layanan perusahaan. Tanpa ada promosi, tidak mampu bisa bersaing dengan

kampanye periklanan pada kompetitor yang sejenis. Menurut Pandji Anoraga (2011, p. 194). Promosi merupakan bagian dari bauran yang sangat penting. Dalam arti luas, promosi adalah ekspresi dari upaya aktif perusahaan untuk membuat konsumen membeli suatu produk. Pada dasarnya promosi adalah bagian dari aktivitas komunikasi pemasaran yang memiliki tujuan untuk menyebarluaskan informasi, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan perusahaan dan produk sasaran, sehingga hasil diharapkan target *audiens* mau menerima, dan loyal yang ditawarkan oleh perusahaan (Tjiptono, 2014, p. 219).

Dengan demikian, alasan promosi dibentuk tersebut agar dapat membangkitkan perhatian dan minat konsumen, lalu diakhiri dengan pembelian suatu produk (Afifah *et al.*, 2019). Aktivitas promosi penulis lakukan pada konten media sosial adalah memanfaatkan *social media ads* atau iklan media sosial berbayar. *Social media ads* yang sering digunakan oleh penulis adalah *Instagram ads*. *Instagram ads* merupakan fitur terbaru dari *Instagram* yang dapat menyebarkan iklan ke audiens secara luas dan bisa spesifik siapa yang menjadi target audiens. Manfaat lain menggunakan *Instagram ads* adalah meningkatkan *brand exposure*, *traffic website*, dan mengumpulkan *leads* atau target audiens baru.

Beberapa kali penulis menggunakan *instagram ads* pada konten-konten yang telah dipublikasikan di media sosial KUYOU.ID. Hal ini bertujuan agar banyak pengguna *Instagram* dapat mampir ke *Instagram official* dan *link website* KUYOU.ID yang tertera di *bio* *Instagram*. Namun, penulis meminta izin kepada pembimbing terdahulu sebelum membuat *Instagram ads*. Hal ini agar dapat memastikan bahwa adanya budget yang tersedia sesuai kebutuhan. Pembuatan *social media ads* melalui akun *Facebook* yang telah menyediakan fitur iklan.



(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)

Gambar 3. 17 Pembuatan Social Media Ads Sebagai Promosi Konten pada KUYOU.ID

C. Laporan Rutin Hasil Pengerjaan Penulis

Penulis ditugaskan untuk membuat laporan hasil pengerjaan konten dan caption yang telah dibuat oleh penulis di setiap akhir bulan Hal ini dengan tujuan agar memastikan bahwa penulis menyelesaikan KPI yang sesuai dan benar. Laporan tersebut sebagai pertimbangan kualitas kinerja penulis. Adanya laporan ini akan menjadi bagian dari dokumentasi dari hasil pengerjaan penulis perbulannya yang dikirimkan ke atasan.

No.	HARI / TANGGAL	NAMA	JUDUL GRAFIS	FORYOO/ KUYOU	LINK INSTAGRAM (MIRROR)
1	Rabu, 1 September 2021	Melinia	quotes Christian Sugiono	FORYOO	https://www.instagram.com/p/CT1n8C84n/7utm_source=ig
2			5 film horor Korea yang bikin merinding bahkan trauma		https://www.instagram.com/p/CT1R9w3Hdy/7utm_source=ig
3			rekomendasi wisata "Beauty of Tapak Nabua, Nelina Diva Resort"		https://www.instagram.com/p/CT1R9w3Hdy/7utm_source=ig
4			Struggle Wanita! Mau Diet, eh...		https://www.instagram.com/p/CT1R9w3Hdy/7utm_source=ig
5			5 artis ini berani ngah utang lewat media sosial akibat tak kunjung dibayar!		https://www.instagram.com/p/CT1R9w3Hdy/7utm_source=ig
6			5 artis ini berani ngah utang lewat media sosial akibat tak kunjung dibayar!		https://www.instagram.com/p/CT1R9w3Hdy/7utm_source=ig
7			repost: snacknya udah dilaten bumi		https://www.instagram.com/p/CT1R9w3Hdy/7utm_source=ig
8		Repost: Simple dan Praktis			
9		repost: Kehebatan Niagara Indonesia			
10		3 samian chelsea hilang ir di Indonesia			
11		Air beras bisa untuk cuad muka			
12		Inspirasi outfit hijab colorfull Tanti Namirah			
13		4 Tips Lipstik tahan lama meski pakai masker			
14		Video Recreation : 5 Selebriti Hollywood yang pernah kenakan rancangan desainer Indonesia			
15	Cerita lucu dibalik perjalanan karir Ayu Saloka(KUYOU)				
16	Di duga lakukan penganiayaan oleh Ayu Thalia, Nicholas Sean. Laporkan Ayu Thalia (KUYOU)				
17	Repost Tiktok : kok yang main basket mirip anak Sule ya (KUYOU)				
18	Repost tiktok : @huck biar nggak capek nganteri vakcin (KUYOU)				
19	Repost tiktok : kok bisa sih orang-orang secepat ini sama ayahnya (KUYOU)				
20					
21	Kamis, 2 September 2021	Melinia	Luna Maya sedang jatuh cinta dam-dam	FORYOO	https://www.instagram.com/p/CT1u8t1p/7utm_source=ig
22			Coki paradede ketangkap polisi karena kasus narkoba (Bagian caption)		https://www.instagram.com/p/CT1u8t1p/7utm_source=ig
23			5 selebriti terkenal pernah punya mental ilusa, kini turut edukasi soal kesehatan mental Ho!		https://www.instagram.com/p/CT1u8t1p/7utm_source=ig
24			4 zodiac ini diprediksikan banyak yang di september 2021!		https://www.instagram.com/p/CT1u8t1p/7utm_source=ig
25			katika skripsi lo belum juga kelar be like		
26	mulut sekarang hati-hati ya para bucin				
27	cowok calang selalu jomblo				
28	5 orang terkaya se Indonesia!				

(Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021)

Gambar 3. 18 Laporan Hasil Kerja Penulis

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama kerja magang terdapat beberapa kendala yang penulis alami sebagai social media specialist intern di PT. Kreasi Nusa Youniversal:

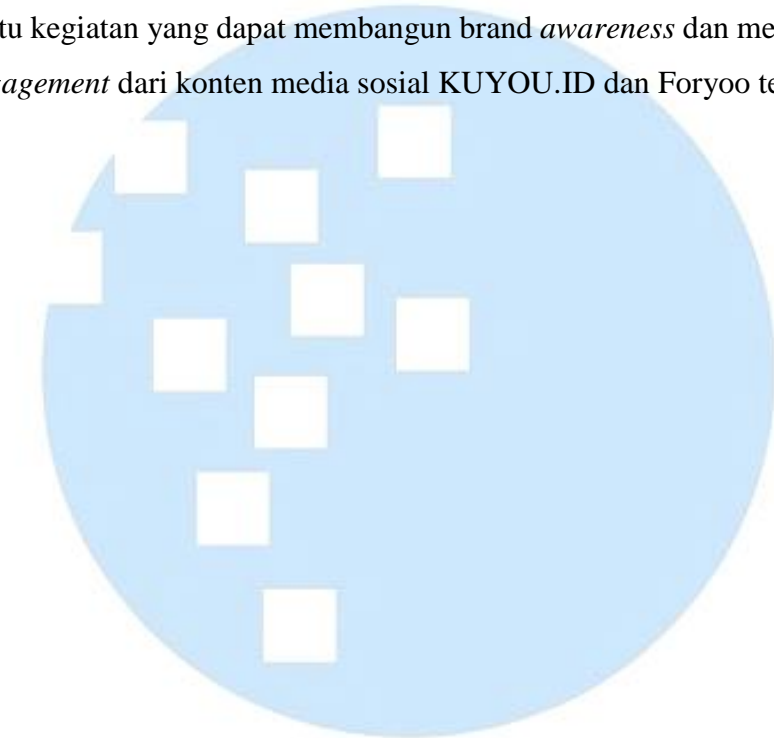
1. Saat pertama kali diberikan tugas untuk menyelesaikan 8 KPI/perhari untuk media sosial Instagram, Facebook, Twitter dan 5/perhari konten TikTok, penulis merasa keteteran sehingga beberapa teknis kontenvisual dan *caption* terlewatkan, seperti sering terjadi *typo*, penggunaan bahasa yang kurang efektif, peletakan foto yang kurang tepat, dan lupa memberikan sumber foto pada setiap konten.
2. Penulis masih kesulitan untuk menjadwalkan *posting* konten yang telah dibuat secara tepat waktu.
3. *Social Media Specialist Team* tidak melakukan evaluasi secara rutin mengenai perkembangan kualitas konten yang mempengaruhi rendah tingginya *engagement*. Hal ini dikarenakan adanya kesibukan tugas individu masing-masing.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala-kendala yang penulis alami selama kerja magang, berikut solusi yang penulis berusaha temukan untuk menjadi lebih baik:

1. Penulis berusaha mengecek kembali konten tersebut mulai dari mendesain konten yang baik hingga penulisan *caption* yang benar dan mudah dipahami oleh pembaca.
2. Cara mengatasi keterlambatan *posting* konten, maka penulis menggunakan *creator studio* untuk memudahkan jadwal konten sesuai penulis atur dengan tepat. Rentan waktu jadwal *posting* selama 1 jam. Selain itu, KUYOU.ID baru-baru ini melakukan *partnership* dengan TikTok. Bentuk kerjasamanya adalah KUYOU.ID menyediakan 10 konten selama seminggu dan mengikuti beberapa syarat dalam pengemasan konten yang dibuat oleh perusahaan TikTok. Hal ini memudahkan penulis untuk tidak harus menyediakan jumlah konten yang tidak sedikit

3. Penulis berusaha mengajak *social media specialist team* untuk membuat suatu kegiatan yang dapat membangun brand *awareness* dan meningkatkan *engagement* dari konten media sosial KUYOU.ID dan Foryoo tersebut.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA